



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE MADERA PARA
AMBIENTES EXTERNOS”

Trabajo de titulación previa a la obtención de título de Ingeniero Comercial

AUTOR:

PAUL SANTIAGO AVECILLAS SÁNCHEZ

DIRECTORA:

ING. MARÍA ESTELA SAQUICELA AGUILAR

CUENCA, ECUADOR

2016

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS	ii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	iv
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
ANÁLISIS DEL ENTORNO	2
INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. ÁMBITO POLÍTICO	2
1.2. ÁMBITO ECONÓMICO	3
1.3. ÁMBITO SOCIAL.....	4
1.3.1. POBLACIÓN.....	4
1.3.2. ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN.....	5
1.4. ÁMBITO LEGAL	7
1.5. ÁMBITO AMBIENTAL.....	8
CONCLUSIÓN	10
CAPÍTULO II	11
ANÁLISIS DEL MERCADO.....	11
INTRODUCCIÓN.....	11
2.1. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO.....	11
2.1.1. CINCO FUERZAS DE PORTER.....	11
2.1.2. ANÁLISIS FODA.....	16
2.1.3. ESTRATEGIAS FODA	18
2.2. ESTUDIO DE MERCADOS	19
2.2.1. OBJETIVOS	19
2.2.2. ENCUESTA.....	20
2.2.3. SONDEO	31
CONCLUSIÓN	40
CAPÍTULO III.....	41
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	41
INTRODUCCIÓN.....	41
3.1. EVALUACIÓN TÉCNICA	41

3.1.1.	EL PRODUCTO	41
3.1.2.	PROCESO DE IMPORTACIÓN.....	43
3.1.3.	PLAN OPERATIVO.....	46
3.2.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	55
3.2.1.	COSTOS DE IMPORTACIÓN	55
3.2.2.	INVERSION INICIAL	56
3.2.3.	TOTAL ACTIVOS	56
3.2.4.	CUADRO DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS.....	57
3.2.5.	ROL DE PAGOS	57
3.2.6.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	58
3.2.7.	FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	58
3.2.8.	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	59
3.2.9.	BALANCE GENERAL PROYECTADO	60
3.3.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	61
3.3.1.	CALCULOS DEL VAN Y TIR.....	61
3.3.2.	PAYBACK (Tiempo de recuperación)	61
3.3.3.	RATIOS FINANCIEROS	62
3.3.4.	PUNTO DE EQUILIBRIO	63
3.3.5.	ANÁLISIS DE ESCENARIOS	63
	CONCLUSIÓN	64
	CONCLUSIONES.....	66
	RECOMENDACIONES.....	67
	BIBLIOGRAFÍA.....	68

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1: Edad de los Azuayos.....	5
Gráfico 2: Población económicamente activa.....	5
Gráfico 3: Tipo de vivienda de los Azuayos.....	6
Gráfico 4 Tablón de pino tratado.....	12
Gráfico 5. Logo Lowe's.....	13
Gráfico 6. Logo The Home Depot.....	13
Gráfico 7. Logo TechnoSwiss.....	15
Gráfico 8. Logo Madel.....	15
Gráfico 9. Logo NovaDeck.....	16
Gráfico 10 Conocimiento de la tecnología de micronizado de cobre.....	22
Gráfico 11 Producto con similares características.....	23
Gráfico 12: Interés de compra del producto.....	24
Gráfico 13: Atributos para la decisión de compra.....	25
Gráfico 14: Tipo de madera más vendida por los distribuidores.....	26
Gráfico 15: Principales usos de la madera.....	27
Gráfico 16: Preferencia para obtener el producto.....	28
Gráfico 17: Como los distribuidores dan a conocer sus productos en el mercado. ...	29
Gráfico 18: Número de unidades que los distribuidores comprarían al mes.....	30
Gráfico 19: Conocimiento de constructores acerca de la tecnología de micronizado de cobre.....	33
Gráfico 20: Interés de constructores para adquirir el producto.....	34
Gráfico 21: Atributos para la decisión de compra.....	35
Gráfico 22: Tipo de madera más usada por constructores.....	36
Gráfico 23: Posibles usos de la madera para exteriores.....	37
Gráfico 24: Preferencia de lugar de adquisición de este producto.....	38
Gráfico 25: Promedio de unidades que utilizarían los constructores mensualmente.....	39
Gráfico 26 Medidas de Tablón de Pino.....	43
Gráfico 27: Tipo de Producto a ser importado.....	45
Gráfico 28: Requisito Fitosanitario.....	45
Gráfico 29: Ubicación Bodega.....	48
Gráfico 30: Distribución de la bodega.....	49
Gráfico 31: Organigrama.....	50
Gráfico 32: Diagrama de flujo de la distribución del producto.....	53

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Salvaguardias	4
Tabla 2. Estrategias FODA	18
Tabla 3. Distribuidores de Madera.....	19
Tabla 4: Pregunta 1 encuesta de la investigación de mercados	22
Tabla 5: Pregunta 2 encuesta de la investigación de mercados	23
Tabla 6: Pregunta 3 encuesta de la investigación de mercados.	24
Tabla 7: Pregunta 4 encuesta de la investigación de mercados.	25
Tabla 8: Pregunta 5 encuesta de la investigación de mercados.	26
Tabla 9: Pregunta 6 encuesta de la investigación de mercados.	27
Tabla 10: Pregunta 7 encuesta de la investigación de mercados.	28
Tabla 11: Pregunta 8 encuesta de la investigación de mercados.	29
Tabla 12: Pregunta 9 encuesta de la investigación de mercados.	30
Tabla 13: Pregunta 1 Sondeo.	33
Tabla 14: Pregunta 2 Sondeo.	34
Tabla 15: Pregunta 3 Sondeo.	35
Tabla 16: Pregunta 4 Sondeo.	36
Tabla 17: Pregunta 5 Sondeo.	37
Tabla 18: Pregunta 6 Sondeo.	38
Tabla 19: Pregunta 7 Sondeo.	39
Tabla 20: Especificaciones del producto según el proveedor.	42
Tabla 21: Costo de importación.	55
Tabla 22: Inversion Inicial.	56
Tabla 23: Activos Fijos.	56
Tabla 24: Cuadro de Depreciaciones.	57
Tabla 25: Rol de Pagos.	57
Tabla 26: Proyección de Ventas.....	58
Tabla 27: Flujo de Efectivo.....	58
Tabla 28: Flujo de Efectivo:.....	59
Tabla 29: Estado de Pérdidas y Ganancias.	59
Tabla 30: Balance General.	60
Tabla 31: Calculo VAN y TIR.	61
Tabla 32: Cálculo de PayBack.	61

Tabla 33: Ratios Financieros.....	62
Tabla 34: Punto de Equilibrio.	63
Tabla 35: Análisis de escenarios.....	64

RESUMEN

El siguiente trabajo presenta un estudio de factibilidad para importar y comercializar en la ciudad de Cuenca un tipo de madera que es resistente en ambientes externos, debido a la poca oferta de este producto en el mercado local. Esta investigación pretende determinar si las condiciones actuales del país y las del mercado posibilitan la importación de este producto. La factibilidad del proyecto se analiza en 3 niveles de estudio: mercado, técnico y financiero. Este plan de negocios puede servir como guía para personas que deseen importar productos de similares características.

ABSTRACT

Due to the low supply of a type of wood that is resistant to external environments in the local market, this paper presents a feasibility study to import and market this product in the city of Cuenca. This research aims to determine if the current conditions of the country and of the market are convenient to import this product. The feasibility of the project is analyzed in 3 levels of study: market, technical and financial. This business plan can serve as a guide for people wishing to import products with similar characteristics.




Translated by,
Lic. Lourdes Crespo

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un plan de negocios que busca conocer la factibilidad de importar y comercializar madera para ambientes externos ya que en el mercado local no hay la suficiente oferta de este producto, para esto se realizara un análisis de la situación actual del país en un ámbito político, económico, social, legal y ambiental. Dando a conocer diferentes factores que afectan a las importaciones. Se presenta una investigación de mercado, de acuerdo al segmento al cual nos dirigimos, para esto se realizó investigaciones primarias y secundarias. También se muestran datos técnicos del producto, describiendo las características, ventajas y posibles usos del producto. Además se detalla el proceso de importación para este tipo de productos y por último se muestran los estudios financieros para determinar si el proyecto es factible.

CAPÍTULO I

ANÁLISIS DEL ENTORNO

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se abordan varios ámbitos que afectan para las importaciones, en este caso se hablara de cómo afectan los ámbitos, Políticos, económicos, social, legal y ambiental a la importación de madera.

1.1. ÁMBITO POLÍTICO

El gobierno ecuatoriano está organizado por 5 poderes:

Poder ejecutivo.- conformado por el Presidente, Rafael Vicente Correa Delgado y Jorge Glas, el vicepresidente.

Poder legislativo.- está compuesto por la Asamblea Nacional; representada por los Asambleístas representantes de los las provincias y pueblos indígenas de la República, que actualmente son 137 asambleístas.

Poder Judicial.- que está conformado por el Consejo de la Judicatura como su ente principal y por la Corte Nacional de Justicia.

Poder Electoral.- funciona y entra en autoridad solo cada 4 años o cuando hay elecciones o consultas populares.

Poder Ciudadano.- está conformado por El Consejo de Participación Social y Control Ciudadano, la Defensoría del Pueblo, la Contraloría General del Estado y las superintendencias.

El gobierno actual ecuatoriano tiene una tendencia de izquierda con el partido de Alianza País que busca la implementación del socialismo del siglo 21.

El actual gobierno fomenta el consumo del producto nacional mediante el cambio de la matriz productiva esto busca que las pequeñas y medianas empresas abastezcan el mercado nacional y además ser un país exportador de productos terminados, productos innovadores, con valor agregado mas no solo ser un país que exporta materia prima e

importa productos terminados. Todo esto con el fin de que disminuya el volumen de importaciones evitando la salida de dólares.

Esto es una desventaja para el negocio de importación de madera para exteriores, ya que con este tipo de política existen muchas restricciones al momento de ingresar mercancías al país y se tendría que adaptar a todas estas restricciones para poder ingresar nuestro producto al país.

1.2. ÁMBITO ECONÓMICO¹

En este punto es muy importante el tema de la baja del precio del petróleo, que hoy en día está entre 40 y 45 dólares aproximadamente por barril, esto causa un impacto fuerte a la economía del país ya que el dinero generado por la exportación de petróleo ha sido siempre el principal ingreso para el presupuesto general del estado, el ingreso por venta de petróleo ha disminuido a más de la mitad, causando que exista un déficit presupuestario y un menor circulante de dólares en el país. Es por esto que el gobierno nacional decide cuidar la salida de capital del país, así poniendo muchas restricciones a la importación de productos.

Para el 2016 el principal rubro para cumplir el presupuesto general del estado, ya no será los ingresos por venta de petróleo sino que será recaudación tributaria.

Hay que tomar en cuenta que el país no maneja una política monetaria, que quiere decir que no tenemos moneda propia, y hay que depender del dólar que es moneda de los Estados Unidos de América.

Otro aspecto muy importante es la balanza comercial que al finalizar el tercer trimestre de 2015 registró un déficit de USD - 1,681.1 millones, este resultado si se compara con superávit obtenido en el período enero – septiembre de 2014 (USD 527.3 millones), refleja una evolución contraria, que en términos absolutos representan un déficit de USD 2,208.4 millones. Este comportamiento se da por la disminución de las

¹ (BCE, 2016)

exportaciones petroleras y así mismo por la caída en el volumen de importaciones al país

El gobierno actual ha tomado medidas para regular y equilibrar la balanza de pagos, como la aplicación de salvaguardias a la importación, que consiste en la aplicación de aranceles a diferentes productos para la importación.

Sobretasa	Producto
5%	Bienes de capital y materias primas no esenciales.
15%	Bienes de sensibilidad media
25%	Neumáticos, Cerámica, CKD de Televisores y CKD motos.
45%	Bienes de Consumo Final, televisores , motos

Tabla 1. Salvaguardias

Fuente: Comercioexterior.gob.ec

1.3. ÁMBITO SOCIAL

La ciudad de Cuenca es la capital de la provincia del Azuay, esta provincia está ubicada al sur del Ecuador, en la cordillera de los Andes delimitando al norte con la provincia del Cañar, al sur con el Oro y Loja, al oriente con Morona Santiago y Zamora Chinchipe y al occidente con la provincia del Guayas.

1.3.1. POBLACIÓN²

En el censo realizado en el año 2010, se obtuvo que en la provincia del Azuay existen 712127 personas, siendo las mujeres la mayor parte de la población con el 52.7% y los

² (INEC, 2010)

hombres ocupan el 47.3% de la población total, la edad promedio entre los azuayos es de 29 años.

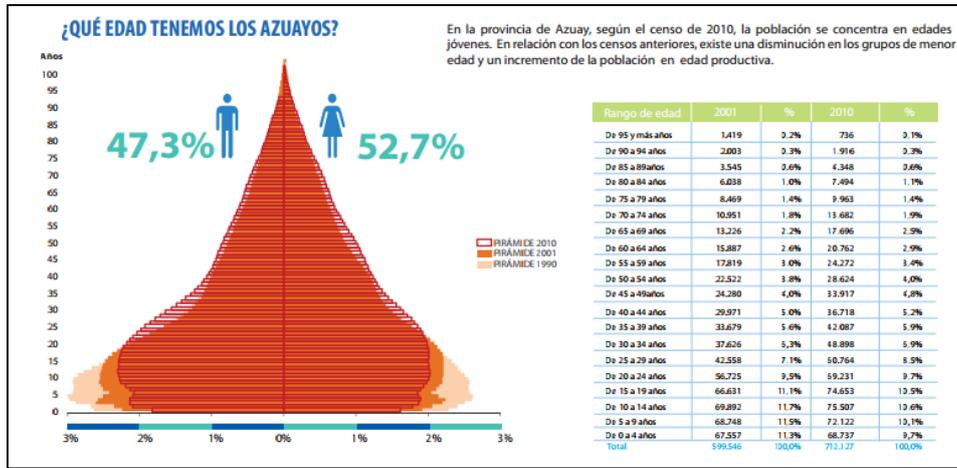


Gráfico 1: Edad de los Azuayos

Fuente: INEC, 2010

La ciudad de Cuenca representa el 71% del total de la población de la provincia del Azuay, esta ciudad tiene 505585 habitantes que el 47% de la población de cuenca son hombres y el 53% son mujeres. Es en esta ciudad a donde será dirigido nuestro producto.

1.3.2. ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA POBLACIÓN³

Población económicamente activa:

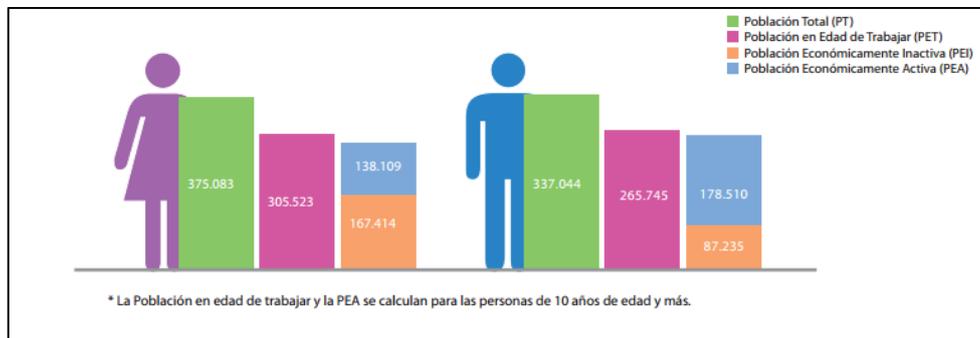


Gráfico 2: Población económicamente activa

Fuente INEC

³ (INEC,2010)

En el censo realizado el 2010, nos muestra que las personas en edad de trabajar son 571.268 entre hombres y mujeres, para estas personas en edad de trabajar son tomadas en cuenta desde los 10 años y más.

La población económicamente inactiva son 254.649 entre hombres y mujeres.

La población económicamente activa son 316.619 personas tomando en cuenta hombres y mujeres, Las personas **económicamente activas** son todas aquellas que, teniendo edad para trabajar están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento. Incluye a las personas que trabajan o tienen trabajo (**ocupados**) y a aquellas que no tienen empleo pero están dispuestas a trabajar (**desocupados**).

Como datos muy importantes para esta investigación tenemos que el 45.9% de la población del Azuay tiene vivienda propia y totalmente pagada, además en el último censo nos indica que tipo de vivienda se tiene en el Azuay, el total de viviendas es de 273186 siendo el 76% de casas o villas y el 8.9% representadas por departamentos. Lo cual nos da una idea del mercado a que nuestro producto será destinado.

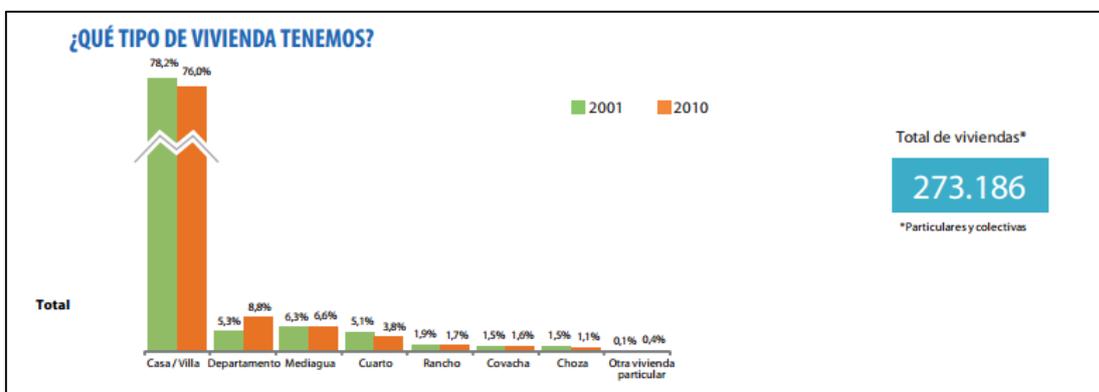


Gráfico 3: Tipo de vivienda de los Azuayos

Fuente INEC, 2010

1.4. ÁMBITO LEGAL⁴

Las aduanas del Ecuador nos dice que Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Regímenes de Importación:

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI)

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías):

Este es un impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Este porcentaje variable según el tipo de mercancía.

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia):

Es el 0.5 %, es un Impuesto que administra el INFA se aplica sobre la base imponible de la Importación.

⁴ (SENAE, 2016)

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales):

Es un porcentaje que varía según los bienes y servicios que se importen. Este es administrado por el SRI.

IVA (Impuesto al Valor Agregado):

Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE

Para saber si nuestro producto está habilitado para ser importado visitaremos la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX www.comex.gob.ec, en las resoluciones (182, 183, 184, 364). Estas resoluciones nos muestran los requisitos y las restricciones que tienen los diferentes productos al ser importados.

Impuesto a la salida de divisas:

Este impuesto se paga a la transferencia, envío o traslado de divisas que se efectúe al exterior, la tarifa de este impuesto es del 5%

Una vez teniendo muy claro cuáles son los requisitos legales para la importación se procederá a ver si la madera para uso en exteriores está habilitada para la importación, todo esto está estipulado en páginas gubernamentales, así facilitando la investigación.

1.5. ÁMBITO AMBIENTAL

Según el Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria (TULAS):

“Art. 130.- La importación de productos forestales será autorizada por el Ministerio del Ambiente o la dependencia correspondiente de éste, únicamente cuando aquellos no existan en el país o se encuentre vedado su aprovechamiento.

Al efecto, el Ministerio del Ambiente o la dependencia correspondiente de éste, autorizará la importación mediante Acuerdo y previo el estudio respectivo.”

(Ministerio del Ambiente, 2015)

El sector maderero en el Ecuador es un campo que no está explotado al 100%, teniendo en cuenta que el país cuenta con todas las características para ser un paraíso forestal, desde su ubicación geográfica hasta su variedad de climas, con disponibilidad de grandes cantidades de tierras aptas para la producción de diferentes tipos de madera.

Según PROECUADOR, el Ecuador produce principalmente balsa, teca y tableros acabados para la construcción. La producción de madera es de aproximadamente 421.000 TM y está concentrada principalmente en variedades como madera fina, madera regular, madera para construcción, de pallets (estibas) y otros. Además también produce eucalipto, pino, ciprés entre otras pero no en cantidades significativas. Esto nos daría una ventaja para el negocio ya que se pretende importar tablones de madera de pino que no es un producto que está muy desarrollado en el país.

Los principales países de destino de la madera ecuatoriana son: Estados Unidos, China, Colombia, Perú, Japón, Alemania, Dinamarca y México.

La producción de madera alcanza los 600 millones de dólares, concentrada principalmente en madera fina, madera regular, madera para construcción, pallets y otros. La producción de tableros se encuentra en los 150,000 m³ aproximadamente. La producción de muebles de madera se centra en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca, con una capacidad utilizada del 50% al 80% de la instalada. Se puede agrupar las siguientes líneas de productos: muebles de cocina, muebles de hogar, muebles de oficina y otros (PROECUADOR, 2016)

Sus productos son los siguientes:

- Papel
- Cartón
- Balsa
- Teca
- Tableros
- Mobiliario

CONCLUSIÓN

Se analizó muchos factores que afectan a las importaciones, sobretodo en el ámbito político y económico que por decisiones gubernamentales se toman medidas para precautelar la salida de capitales, por un lado esto es bueno debido a la situación económica actual del país, pero por otro lado las importaciones son cada vez más costosas y por ende las personas obtendrán productos importados con precios mucho más altos.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MERCADO

INTRODUCCIÓN

En este capítulo se analizará factores internos y externos a la empresa, para saber cómo estos influyen en la organización y funcionamiento de la misma, además se realizará el estudio de mercado para constatar que el producto que se pretende importar será aceptado por el mercado.

2.1. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

2.1.1. CINCO FUERZAS DE PORTER

Se pretende importar tablones de madera de pino, esta madera es tratada con micronizado con azoles de cobre con el fin de protegerlo de las termitas, descomposición por hongos y a su vez resisten a diferentes elementos climáticos como los rayos del sol, la lluvia, la humedad entre otros. La tecnología de micronizado o dispersión de cobre se lo realiza de la siguiente manera, el cobre se muele hasta el tamaño micro de partículas y se introduce en agua en lugar de ser disuelto en una reacción química. La tecnología de cobre micronizado introduce el cobre en las células de la madera en un formato sólido de tamaño micro-nano. Estos resultados es un buen protector en ambientes al aire libre.

Esta madera es muy útil para una gran cantidad de aplicaciones en el ámbito de la construcción, por ejemplo:

- Pisos
- Cubiertas
- Pérgolas
- Escaleras
- Portales
- Paredes
- Jardineras

- Trabajos en áreas verdes
- Diferentes trabajos al aire libre

Una gran ventaja de esta madera tratada, es que se puede pintar, lacar, tinturar y dar diferentes acabados haciéndola muy útil, y a la vez ecológico.



Gráfico 4 Tablón de pino tratado

Fuente: Homedepot.com, 2016

En este capítulo se realizara un análisis utilizando el modelo de Michael Porter, que nos muestra un panorama claro de la parte externa de la empresa, como son los clientes, proveedores, competidores, los potenciales competidores, productos sustitutos.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES

En este caso el mercado no ofrece una variedad de productos de similares características a la madera para uso en exteriores, eso nos daría una ventaja ya que los compradores no tienen una variedad de productos a elegir con todo esto el poder de negociación está de nuestro lado.

PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES

En el mercado existen empresas proveedoras y comercializadoras de diferentes tipos de madera que abastecen al mercado nacional y una gran cantidad destinada a la

exportación, algunas de estas empresas tienen como parte de su gama de productos la madera para uso en exteriores.

En este caso la madera que se comercializara será importada de los Estados Unidos de América, en ese mercado existen muchas empresas que ofrecen este producto con características similares esto sería una ventaja ya que se tendrá la oportunidad de elegir al proveedor que más convenga para el negocio.



Gráfico 5. Logo Lowe's

Fuente: Lowes.com, 2016



Gráfico 6. Logo The Home Depot

Fuente: Homedepot.com, 2016

Como 2 grandes cadenas de tiendas que comercializan materiales de construcción, tenemos a Lowe's y The Home Depot estos son 2 ejemplos de los muchos proveedores que podemos tener, tiendas que están en todo el país con productos de excelente calidad y a costos muy aceptables.

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES

La amenaza de nuevos competidores, sería que las empresas que se dediquen a producir este tipo de madera para ambientes externos en el Ecuador, empiecen a importar este producto, así sea por costos, calidad o por otros motivos.

También que otras empresas o personas naturales se dediquen a importar este producto ya que no existen muchas barreras de entrada para este mercado

AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

En este mercado existen una gran cantidad de productos sustitutos ya que en el campo de la construcción no solo se usa madera para realizar trabajos, como vemos la construcción es un campo muy amplio en el cual se utilizan una gran cantidad de materiales al momento de construir, dejando la opción de elegir con que materiales y herramientas queremos trabajar, como productos sustitutos podemos encontrar:

- Hierro.
- Cerámica.
- Porcelanato
- Madera prensada.
- Ladrillos.
- Planchas de fibrocemento.
- Materiales plásticos.

Estos son ejemplos de los muchos productos que podrían sustituir a la madera.

RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

En el mercado ecuatoriano existen algunos competidores en la industria, estas organizaciones ya llevan años trabajando en el mismo sector maderero produciendo varios productos entre ellos la madera para uso en exteriores, con la ventaja de tener experiencia en este tipo de productos. A continuación las empresas dedicadas a este tipo de productos:

TECHNOSWISS CIA. LTDA.

Fundada en el año 1994 con sede en la ciudad de Quito / Ecuador, cuenta con la experiencia y dedicación de muchos años en introducir al mercado todo tipo de

productos en madera inmunizada. Una constante innovación en el diseño, alta calidad de materias primas y recursos humanos calificados para la producción de todos los productos, son eslabones que nos ubican a la vanguardia en el Ecuador.



Gráfico 7. Logo TechnoSwiss

Fuente TechnoSwiss.ec, 2016

MADEL

MADEL inició sus actividades en 1984. Actualmente bajo el nombre legal MADERAS ELABORADAS ACOPIOMADEL Cía. Ltda., contamos con dos plantas de producción de alta exigencia y en constante crecimiento.

Fabricamos, comercializamos e instalamos productos en madera para la construcción (pisos, puertas, pergolas, vigas estructurales, tableros, molduras, entre otros).



Gráfico 8. Logo Madel

Fuente Madel.com.ec, 2016

NOVADECK-ECUADOR

NovaDeck es la mejor alternativa a los decks tradicionales de plástico-madera o PVC. Su composición de polímeros y fibras tratadas de madera, hacen de este producto patentado la mejor opción en pisos para ambientes exteriores expuestos a cambios inesperados de clima, como terrazas, piscinas o frentes de mar.

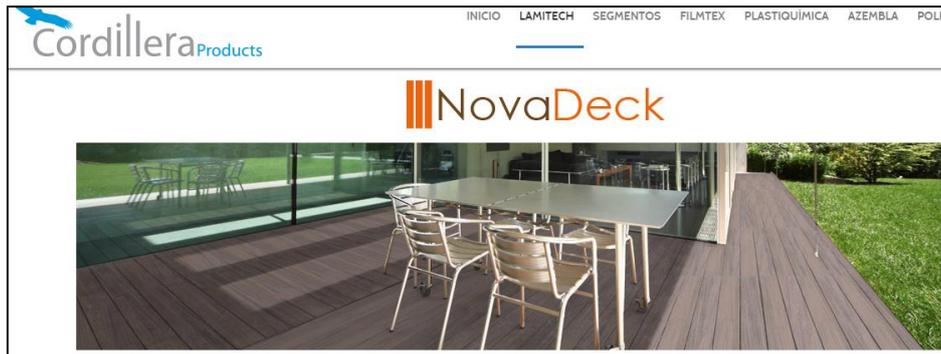


Gráfico 9. Logo NovaDeck

Fuente cordilleraproducts.com, 2016

2.1.2. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

Calidad: Ya que este es un producto elaborado de diferente manera a los producidos en el país, la cual hace que la madera sea más resistente en ambientes externos, esta madera nos da una resistencia de 15 a 20 años según el proveedor.

Costos de adquisición: una gran fortaleza son los costos, que más adelante se detallara con exactitud.

Producto innovador: este es un producto que no es muy común en el mercado local, se lo presentaría a diferentes distribuidores de madera en la ciudad así empezando a dar a conocer el producto y poder ganar mercado.

DEBILIDADES

Como nuevos importadores, se necesitara ganar posición en el mercado.

No contar con la experiencia en importaciones, lo cual al inicio nos dará falencias como importadores hasta tener bien claro el proceso.

Dificultad de acceso a canales de distribución

Dar a conocer el producto en el mercado

OPORTUNIDADES

El Mercado de madera de pino no está explotado al 100%, esta es una oportunidad ya que se pretende importar madera de pino para ambientes externos, dando al mercado un producto diferente.

Alta demanda de productos de construcción de buena calidad.

Expansión de la ciudad de Cuenca, lo cual aumenta la demanda de materiales de construcción.

Continuo crecimiento de consumo de productos forestales

AMENAZAS

Restricciones al momento de ingresar mercadería al país.

Pago de aranceles.

Pago de las salvaguardias como medida para evitar la salida de divisas del país por importaciones.

Tiempo para desaduanizar el producto.

La competencia, que brinda productos fabricados en el Ecuador.

2.1.3. ESTRATEGIAS FODA

Internos Externos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	Estrategias FO	Estrategias DO
	<ul style="list-style-type: none"> - Con un producto de excelente calidad se cubrirá la demanda que existe de materiales de construcción. - Con un bajo costo de adquisición se puede entrar al mercado con precios competitivos. - Con un producto innovador se puede ganar mercado fácilmente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Como nuevos importadores, tendremos que buscar gente con experiencia en importaciones para poder agilizar el proceso de importación. - Para ingresar en el mercado se necesitara establecer contactos con varios distribuidores de madera y dar a conocer el producto.
AMENAZAS	Estrategias FA	Estrategias DA
	<ul style="list-style-type: none"> - Al momento de importar, tener como apoyo a una persona especializada en importaciones de productos forestales, para así no tener inconvenientes legales, o por incumplimientos de requisitos. - Estar al día con las leyes, reglamentos, normas que dicta el gobierno del Ecuador en cuanto a comercio exterior, así estar preparados con anticipación ante cualquier cambio. - Contar con un agente de aduana de confianza que nos agilite los tramites de desaduanización del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer el producto ante los distribuidores de madera local. - Realizar convenios con empresas distribuidoras de madera en la ciudad de Cuenca. - Tener todos los documentos en regla para evitar sanciones.

Tabla 2. Estrategias FODA

Elaborado por: Avecillas, P.

2.2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.2.1. OBJETIVOS

OBJETIVO PRINCIPAL

Conocer la aceptación del mercado potencial de la madera para uso en exteriores, en la ciudad de Cuenca.

OBJETIVOS COMPLEMENTARIOS

- Identificar necesidades del Consumidor en cuanto a madera
- Conocer qué tipo de madera es de preferencia en los consumidores

METODOLOGÍA

En esta investigación, se realizara un censo poblacional con la información de la cámara de comercio de Cuenca, realizando encuestas a cada una de estas organizaciones con el fin de obtener información real y necesaria para la investigación.

En la ciudad existen 6 empresas dedicadas a la comercialización y distribución de madera registrada en la Cámara de Comercio de Cuenca, es a estas empresas a la cual estará dirigido nuestro producto, a continuación se muestra el listado de las mismas.

#	ESTABLECIMIENTO	REPRESENTATE	DIRECCION	ACTIVIDAD COMERCIAL
1686	VALDEZ ORDOÑEZ MIGUEL	MIGUEL VALDEZ ORDOÑEZ	LOS ANDES 5-42	DISTRIBUIDORES DE MADERAS
1610	MADERAS SANDRITA	SANDRA MARIBEL BARRETO CAJAMARCA	AV UNIDAD NACIONAL 5-98 Y AMAZONAS	DISTRIBUIDORES DE MADERAS
1418	ZHININ PINOS MARIA CELINA	MARIA CELINA ZHININ PINOS	AV. DE LAS AMERICAS S-N Y DON BOSCO	DISTRIBUIDORES DE MADERAS
931	CARPINTERIA Y TORNEADOS DON BOSCO	FANNY MARIETA CORONEL AGUIRRE	AAV.DON BOSCO 7-30 Y BARTOLOME RUIZ	DISTRIBUIDORES DE MADERAS
318	DISTRIBUIDORA DE MADERA	LEONIDAS PACHECO CRESPO	Sangurima 1-11	DISTRIBUIDORES DE MADERAS
196		RODRIGO FIGUEROA BELTRAN	AV. DE LAS ANERICAS Y DON BOSCO	DISTRIBUIDORES DE MADERAS

Tabla 3. Distribuidores de Madera

Fuente: Cámara de Comercio de Cuenca

2.2.2. ENCUESTA

El propósito de esta encuesta es conocer la posibilidad de llevar al mercado un tipo de madera cuyo uso es especialmente para ambientes exteriores.

1) ¿Conoce usted el tipo de tratamiento de madera con la tecnología de micronizado o dispersión de cobre que la hace resistente en ambientes externos?

- Si
- No

2) ¿En su negocio tiene de venta algún producto con similares características?

- Si
- No

3) ¿Le interesaría adquirir este producto importado para su negocio?

- Si
 - No, ¿Por qué?
-

4) ¿Para usted que atributos pesarían más para la decisión de compra de este producto?

- Precio
 - Calidad
 - Otros
-

5) ¿En su negocio que clase o qué tipo de madera es la más vendida o la más consumida?

6) ¿Cuáles son los principales usos que sus clientes dan a sus productos?

7) Como preferiría usted obtener el producto:

- Que le entreguen en su local.
- Retirar de nuestra bodega (a un menor costo).

8) ¿De qué maneras conoce usted de los diferentes productos en el mercado?

9) En caso que usted esté dispuesto a adquirir el producto ¿Cuántas unidades compraría al mes?

Se agradece su predisposición y apertura para responder las preguntas formuladas en la encuesta.

HALLAZGOS

- 1) ¿Conoce usted el tipo de tratamiento de madera con la tecnología de micronizado o dispersión de cobre que la hace resistente en ambientes externos?

Encuestados	SI	NO
Encuestado 1	1	
Encuestado 2	1	
Encuestado 3		1
Encuestado 4		1
Encuestado 5	1	
Encuestado 6	1	
TOTAL	4	2

Tabla 4: Pregunta 1 encuesta de la investigación de mercados

Elaborado por: Avecillas, P.



Gráfico 10 Conocimiento de la tecnología de micronizado de cobre

Elaborado por: Avecillas, P.

El 67% de los encuestados, es decir 4 de las 6 personas si conocen este tipo de tratamiento de la madera, lo cual es beneficioso para nosotros como vendedores del producto ya que las personas saben cuáles son las funciones y beneficios de este tipo de madera.

2) ¿En su negocio tiene de venta algún producto con similares características?

	SI	NO
Encuestado 1		1
Encuestado 2		1
Encuestado 3		1
Encuestado 4		1
Encuestado 5	1	
Encuestado 6	1	
	2	4

Tabla 5: Pregunta 2 encuesta de la investigación de mercados

Elaborado por: AVECILLAS, P.



Gráfico 11 Producto con similares características

Elaborado por: AVECILLAS, P.

El 33% si comercializa productos con características similares. El 67% no tiene de venta productos o que cumplan la misma función o que tengan similares características, esto es una oportunidad de dar a conocer nuestro producto y vender a las empresas que no las comercializan.

3) ¿Le interesaría adquirir este producto importado para su negocio?

	SI	NO
Encuestado 1	1	
Encuestado 2	1	
Encuestado 3		1
Encuestado 4	1	
Encuestado 5		1
Encuestado 6	1	
	4	2

Tabla 6: Pregunta 3 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

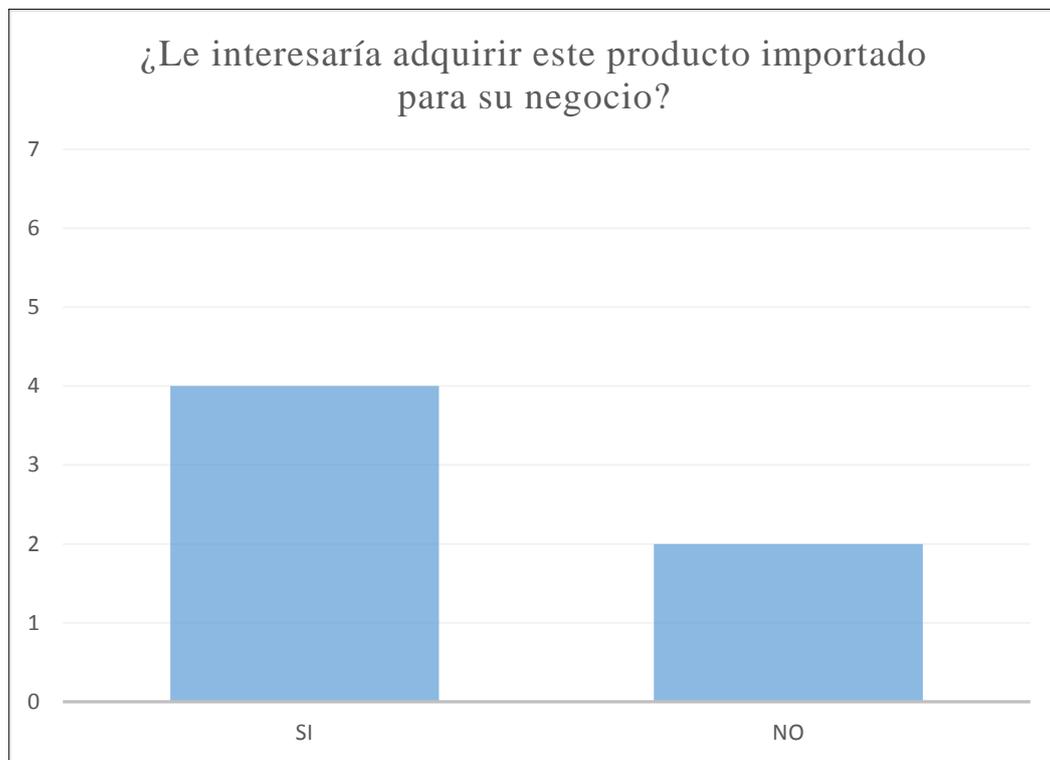


Gráfico 12: Interés de compra del producto

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Ahora se observa que 4 de los 6 encuestados estarían de acuerdo con adquirir nuestro producto

4) ¿Para usted que atributos pesarían más para la decisión de compra de este producto?

	Precio	Calidad	Otros
Encuestado 1	1		
Encuestado 2	1		
Encuestado 3	1		
Encuestado 4			1
Encuestado 5		1	
Encuestado 6		1	
TOTAL	3	2	1

Tabla 7: Pregunta 4 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.



Gráfico 13: Atributos para la decisión de compra.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Dos de los 6 encuestados les interesa que sea un precio más accesible, 2 nos dicen que la calidad es más importante que el precio y una persona nos dice que tiene otros motivos que no sean ni precio ni calidad.

5) ¿En su negocio que clase o qué tipo de madera es la más vendida o la más consumida?

	Eucalipto	Chanul	Pino
Encuestado 1	1		
Encuestado 2	1	1	
Encuestado 3	1		
Encuestado 4	1		
Encuestado 5	1		1
Encuestado 6			1
TOTAL	5	1	2

Tabla 8: Pregunta 5 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

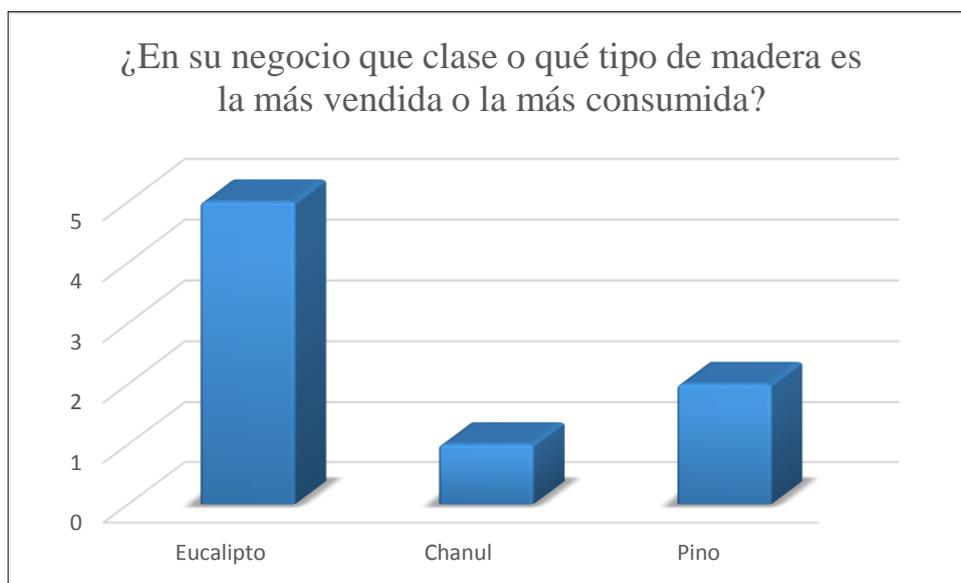


Gráfico 14: Tipo de madera más vendida por los distribuidores

Elaborado por: AVECILLAS, P.

La madera más consumida según los distribuidores en la ciudad de Cuenca, esta entre Eucalipto, Pino y Chanul.

6) ¿Cuáles son los principales usos que sus clientes dan a sus productos?

	Pisos	Vigas
Encuestado 1	1	1
Encuestado 2	1	
Encuestado 3	1	
Encuestado 4	1	
Encuestado 5		1
Encuestado 6	1	1
TOTAL	5	3

Tabla 9: Pregunta 6 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.



Gráfico 15: Principales usos de la madera

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Los usos que se le da a la madera en mayor cantidad según los distribuidores, están entre pisos y bigas, lo cual nos da una idea de cuáles son las necesidades del mercado en la ciudad de Cuenca.

7) Como preferiría usted obtener el producto:

	Que le entreguen en su local.	Retirar de nuestra bodega (a un menor costo).
Encuestado 1	1	
Encuestado 2		1
Encuestado 3		1
Encuestado 4		1
Encuestado 5	1	
Encuestado 6	1	
TOTAL	3	3

Tabla 10: Pregunta 7 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

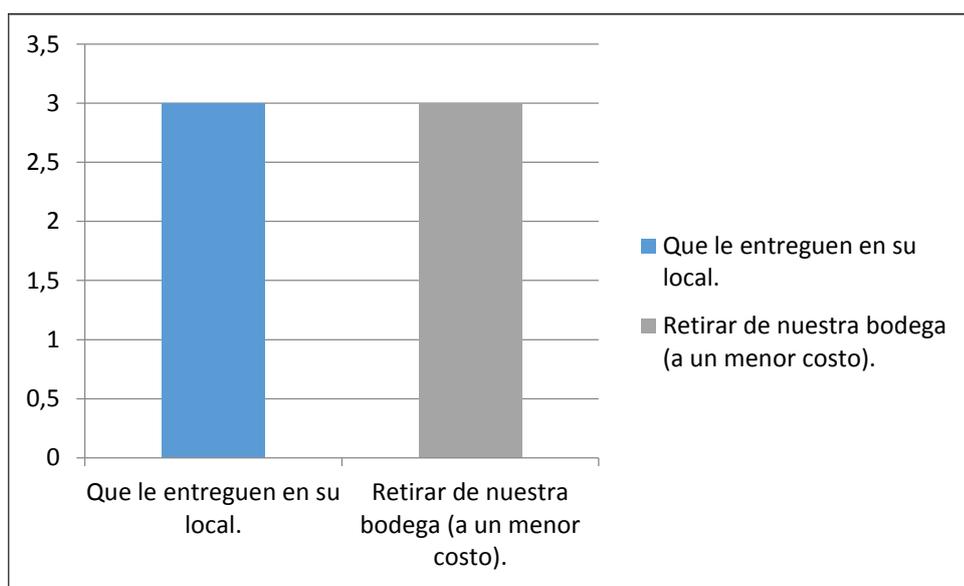


Gráfico 16: Preferencia para obtener el producto.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Se observa que el 50% de los encuestados prefiere retirar el producto de la bodega a un menor costo y el 50% prefiere que se le entregue en su local este dato es muy importante para poder realizar las estrategias de comercialización.

8) ¿De qué maneras conoce usted de los diferentes productos en el mercado?

	Internet	Periódico
Encuestado 1	1	
Encuestado 2	1	1
Encuestado 3	1	
Encuestado 4	1	
Encuestado 5	1	
Encuestado 6		1
TOTAL	5	2

Tabla 11: Pregunta 8 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

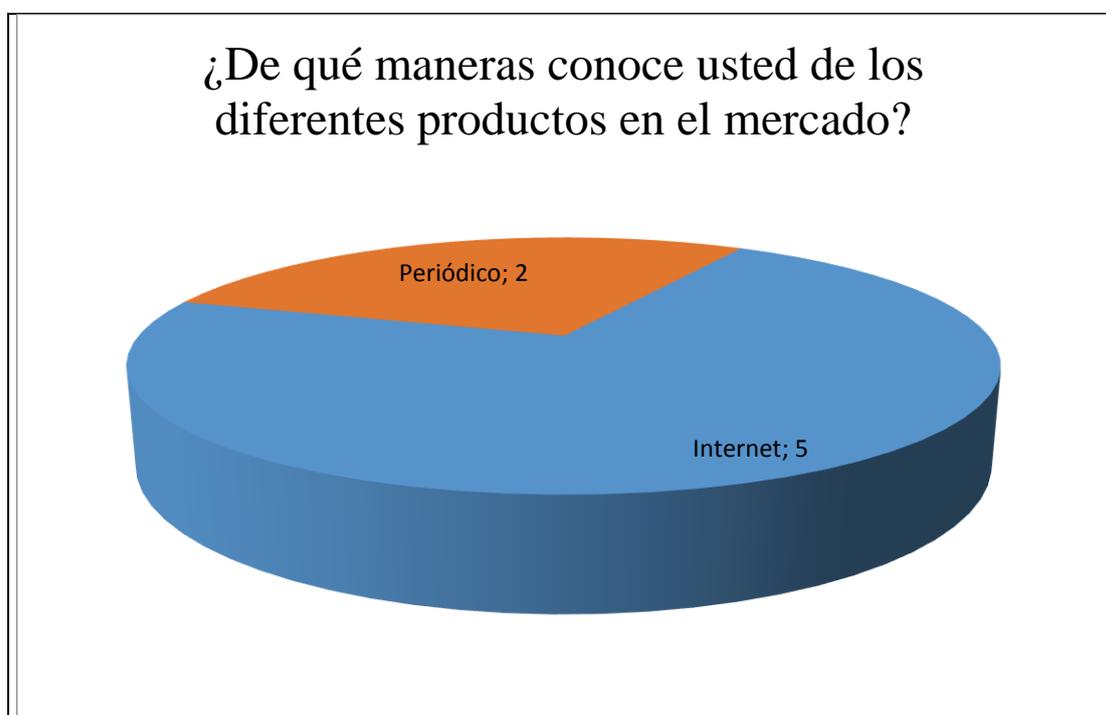


Gráfico 17: Como los distribuidores dan a conocer sus productos en el mercado.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Se observa que en la mayoría de casos los distribuidores para conocer los diferentes productos madereros que el mercado ofrece usan medios tales como el internet y el periódico.

9) En caso que usted esté dispuesto a adquirir el producto ¿Cuántas unidades compraría al mes?

200 U*	400 U	600 U	más de 600 U
1	3	1	1

Tabla 12: Pregunta 9 encuesta de la investigación de mercados.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

*se utilizará la letra U para referirse a unidades

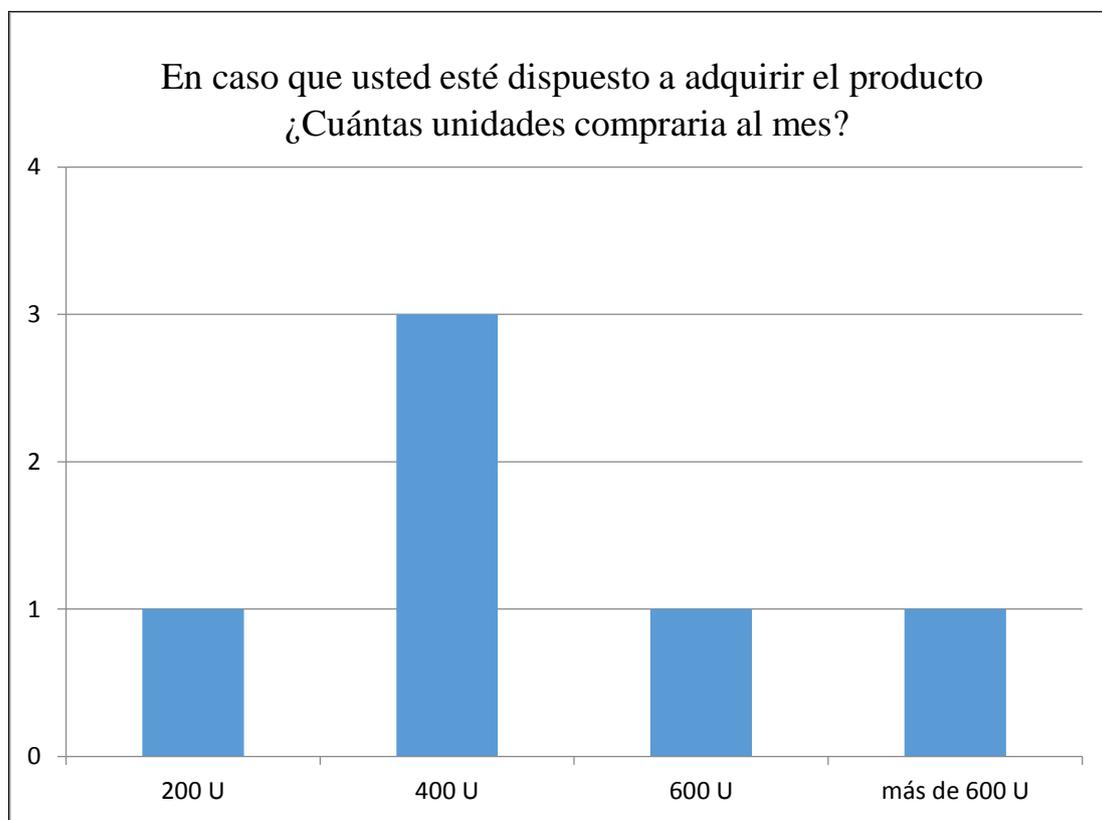


Gráfico 18: Número de unidades que los distribuidores comprarían al mes.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Según los resultados de la encuesta el 50% de los distribuidores estarían dispuestos a comprar alrededor de 400 unidades mensuales, esta información nos ayudara a conocer un estimado de la demanda mensual.

2.2.3. SONDEO

Para complementar la investigación de mercado también se realizara un sondeo a las personas que posiblemente obtengan este producto de los distribuidores, como por ejemplo, arquitectos, ingenieros, personas dedicadas a la construcción.

Modelo de encuesta para el sondeo:

SONDEO

El propósito de este sondeo es levantar información para conocer la posibilidad de llevar al mercado tablones de madera cuyo uso es especialmente para ambientes exteriores, gracias por su colaboración.

- 1) ¿Conoce usted el tipo de tratamiento de madera con la tecnología de micronizado o dispersión de cobre que la hace resistente en ambientes externos?

Si

No

- 2) ¿Usted como constructor le interesaría adquirir estos tablones tratados, de madera de pino importado?

Si

No

- 3) ¿Cómo constructor que atributo pesaría más para la decisión de compra de este producto?

Precio

Calidad (Durabilidad, dureza, resistencia, etc.)

Otros

- 4) ¿Qué tipo de madera es la más usada en las obras que usted realiza?
-

5) ¿Cuáles serían los usos que podría dar en sus obras a este producto?

6) ¿En qué lugares preferiría usted adquirir el producto?

7) En promedio ¿Cuántas unidades de éste producto utilizaría al mes?

HALLAZGOS

- 1) ¿Conoce usted el tipo de tratamiento de madera con la tecnología de micronizado o dispersión de cobre que la hace resistente en ambientes externos?

SI	NO
10	5

Tabla 13: Pregunta 1 Sondeo.

Elaborado por: Avecillas, P.

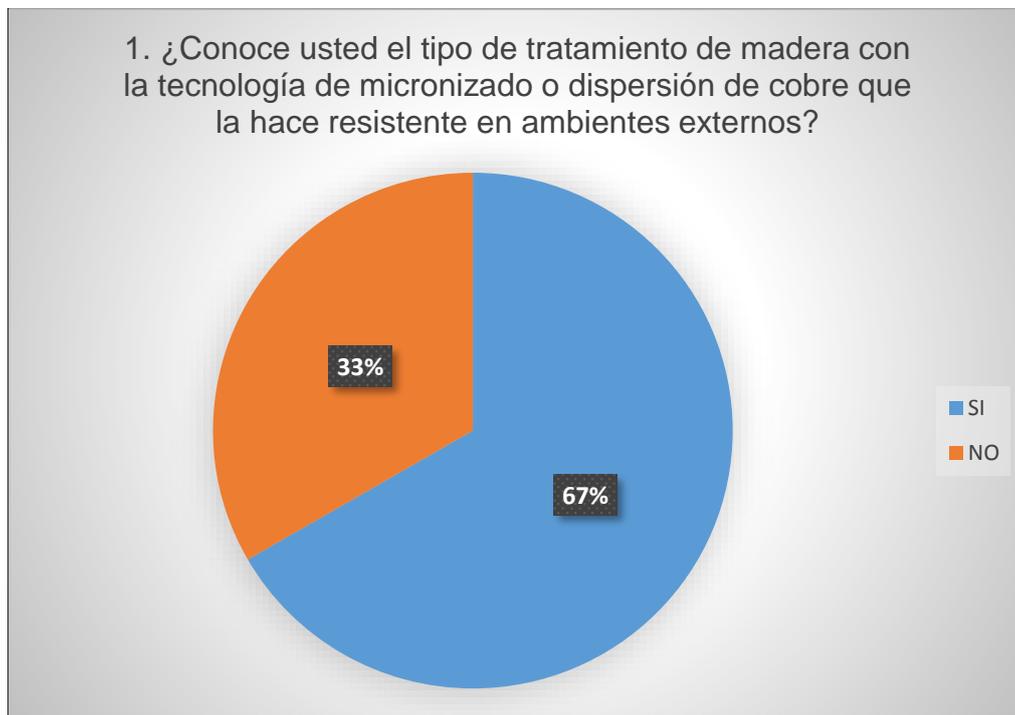


Gráfico 19: Conocimiento de constructores acerca de la tecnología de micronizado de cobre.

Elaborado por: Avecillas, P.

El 67% de los encuestados nos dice que si conoce el tratamiento de madera para hacerla resistente en ambientes externos, es decir que muchas de las personas dedicadas a la construcción si tienen conocimiento alguno de este tipo de madera, esto es una ventaja para el negocio ya que sabrán para que sirve, sus posibles usos etc.

2) ¿Usted como constructor le interesaría adquirir estos tablonos tratados, de madera de pino importado?

SI	NO
9	6

Tabla 14: Pregunta 2 Sondeo.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

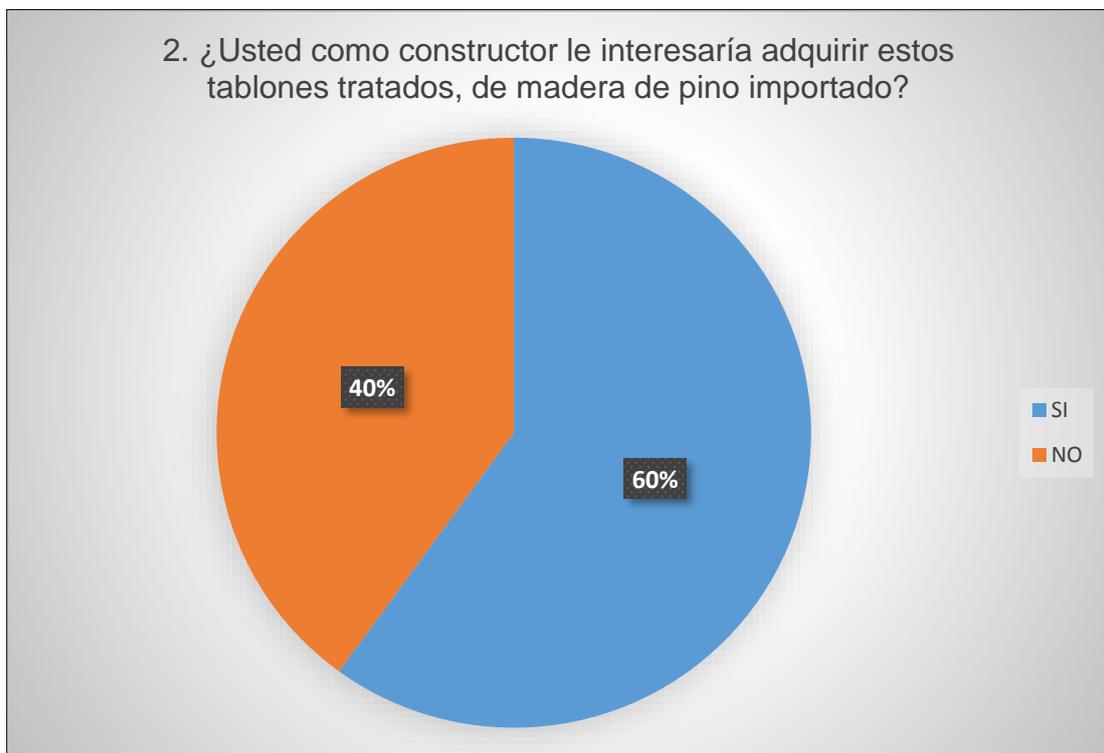


Gráfico 20: Interés de constructores para adquirir el producto.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

El 60% de los encuestados, es decir 9 de 15 personas nos dice que si comprara este producto, lo cual nos da a entender que nuestros clientes posiblemente tendrán personas que les compren el producto.

3) ¿Cómo constructor que atributo pesaría más para la decisión de compra de este producto?

PRECIO	CALIDAD	OTROS
7	6	2

Tabla 15: Pregunta 3 Sondeo.

Elaborado por: Avecillas, P.

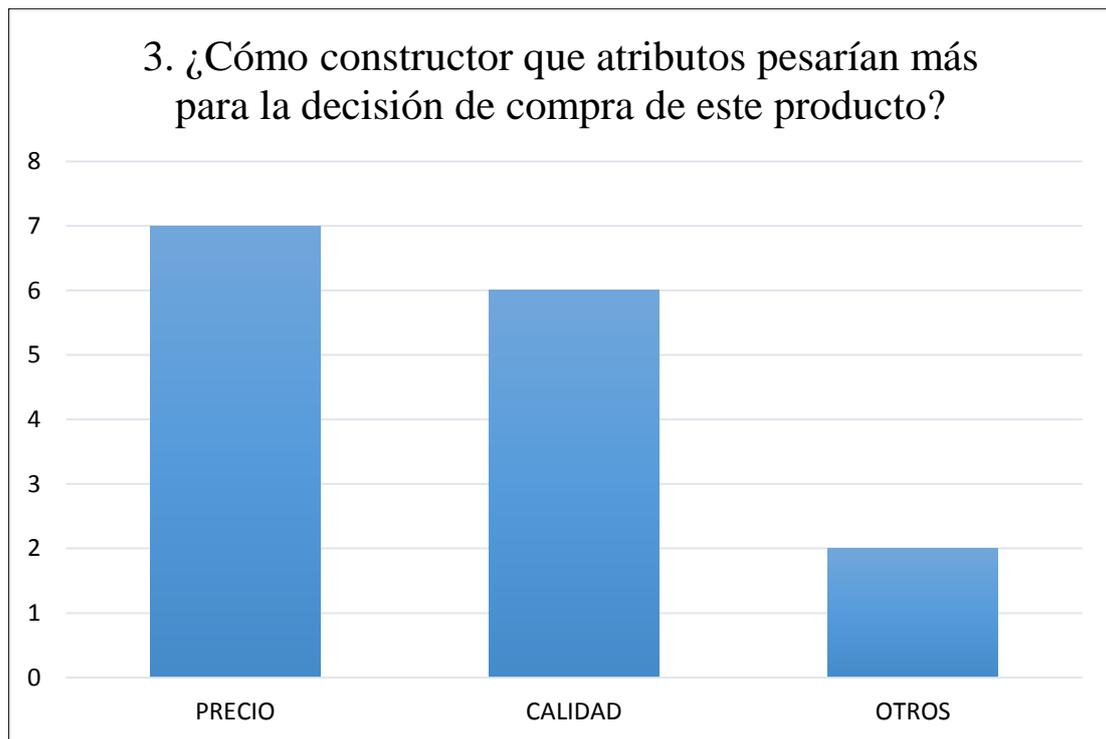


Gráfico 21: Atributos para la decisión de compra.

Elaborado por: Avecillas, P.

En esta pregunta, entendemos que para la decisión de compra los atributos que más pesarían entre precio y calidad están casi por el mismo número, dando a entender que las personas son sensibles a los precios pero a la vez les interesa la calidad.

4) ¿Qué tipo de madera es la más usada en las obras que usted realiza?

PINO	EUCALIPTO	CHANUL
7	8	4

Tabla 16: Pregunta 4 Sondeo.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

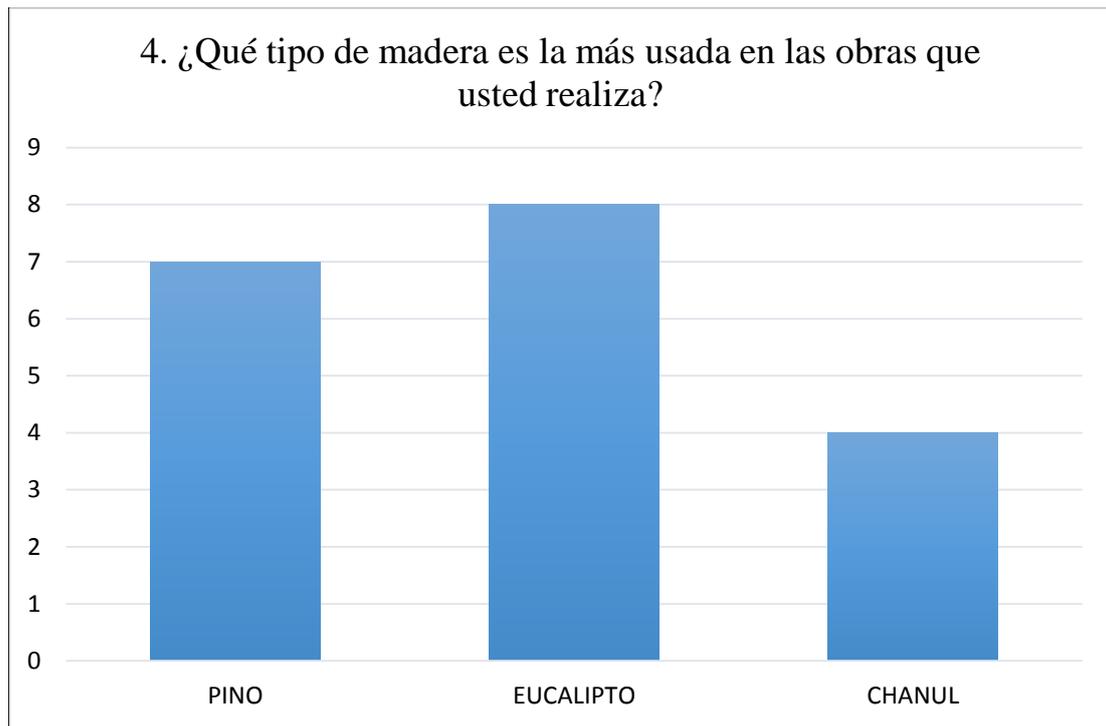


Gráfico 22: Tipo de madera más usada por constructores.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

En esta pregunta se observa que las maderas más usadas por los constructores en sus obras son pino, eucalipto y chanul.

5) ¿Cuáles serían los usos que podría dar en sus obras a este producto?

PISOS	VIGAS	PASAMANOS
8	5	2

Tabla 17: Pregunta 5 Sondeo.

Elaborado por: Avecillas, P.

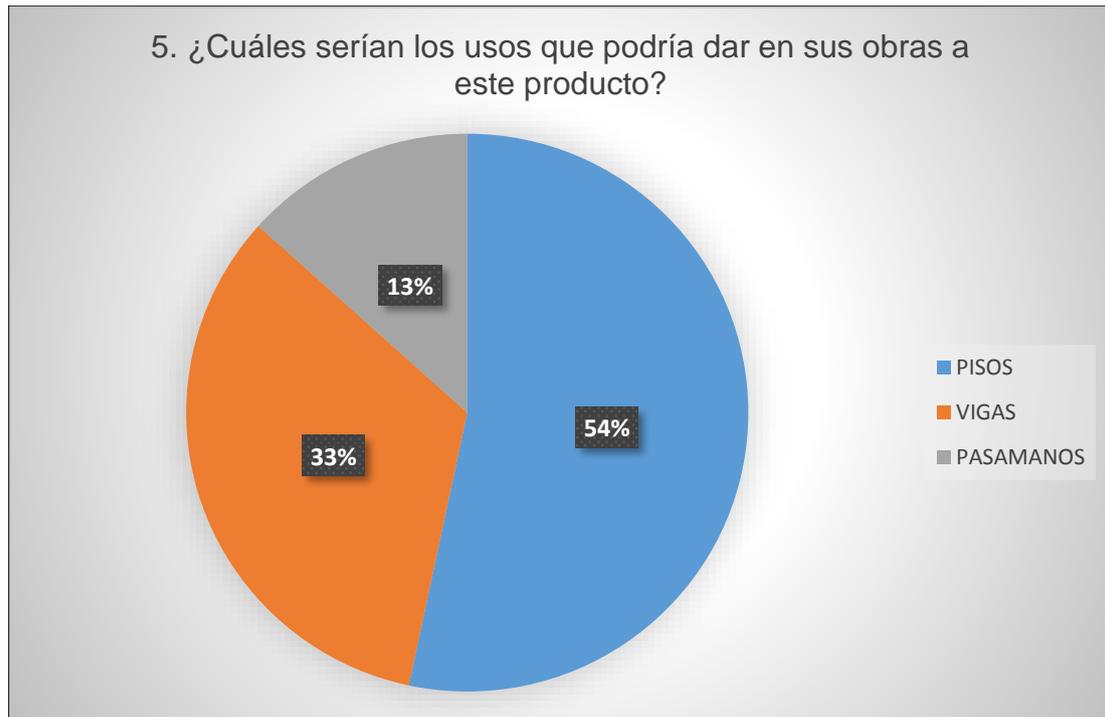


Gráfico 23: Posibles usos de la madera para exteriores.

Elaborado por: Avecillas, P.

Según las encuestas nos dice que los usos que los constructores podrían dar a este producto, pueden ser entre pisos, bigas y pasamanos.

6) ¿En qué lugares preferiría usted adquirir el producto?

DISTRIBUIDORES	FERRETERÍAS
11	4

Tabla 18: Pregunta 6 Sondeo.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

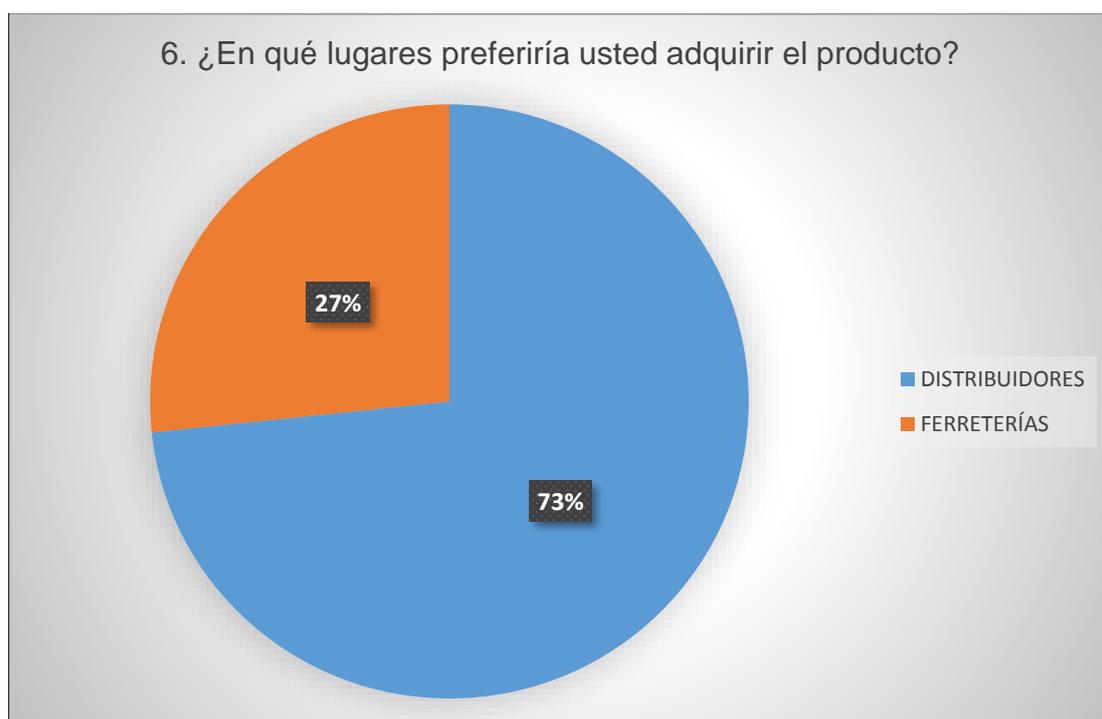


Gráfico 24: Preferencia de lugar de adquisición de este producto.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Los encuestados nos dicen que ellos preferirían adquirir este producto en ferreterías y en distribuidores, esto es una ventaja para el negocio ya que el 73% de los encuestados dice que preferiría adquirir el producto en los distribuidores de madera, y estos son nuestros clientes.

7) En promedio ¿Cuántas unidades de éste producto utilizaría al mes?

100 U*	300 U	500 U	800 U
1	9	3	2

Tabla 19: Pregunta 7 Sondeo.

Elaborado por: Avecillas, P.

*se utilizará la letra U para referirse a unidades

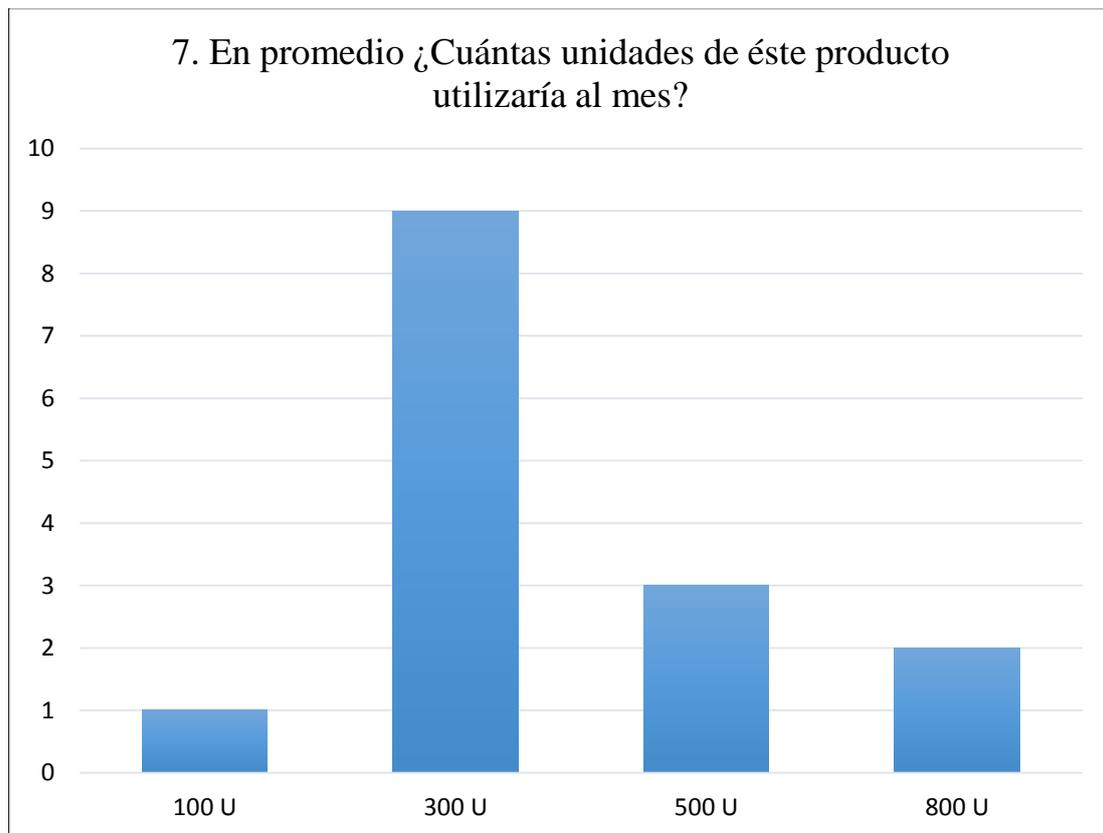


Gráfico 25: Promedio de unidades que utilizarían los constructores mensualmente.

Elaborado por: Avecillas, P.

Inicialmente la demanda esperada por los constructores es de 300 unidades por mes, ya que el 60% de los encuestados estarían dispuestos a comprar esta cantidad de tabloncitos de madera.

CONCLUSIÓN

Se observa la existencia de competencia en el sector maderero, además que existen muchos productos sustitutos, ya que podrían remplazar el uso de esta madera, la ventaja de importar esta madera está en la calidad y el precio.

Mediante la recolección de información de la investigación de mercados se pudo constatar que el producto será aceptado por los clientes que en este caso son distribuidores de madera en la ciudad de Cuenca.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

INTRODUCCIÓN

Este capítulo tratara de las especificaciones técnicas del producto que se pretende importar, que tipo de madera es, como es el tratamiento, que medidas tiene cada unidad y todas las características del producto según el proveedor.

Se realizara los estudios financieros del proyecto, que incluye la inversión inicial, costo del producto, proyección de ventas, flujo de efectivo, estados de pérdidas y ganancias etc.

3.1. EVALUACIÓN TÉCNICA

3.1.1. EL PRODUCTO

El producto que se pretende importar son tablonces de pino resistentes en ambientes exteriores, el pino es un árbol cuyo nombre científico es *Pinus Sylvestris* este árbol crece hasta unos 40 metros de altura, pero generalmente alcanza los 25 metros.

Este árbol es uno de los más utilizados para la producción de madera por sus características ya que es una madera muy trabajable y resistente. (Botánico-online, 2016)

El producto a ser importado es madera de pino tratada, la cual la hace resistente en su uso en ambientes externos a continuación las especificaciones del producto según el proveedor:

Cada pieza cumple con los estándares más altos de clasificación para la fuerza y la apariencia. Esta madera es tratada con micronizado con azoles de cobre con el fin de protegerlo de las termitas, descomposición por hongos y la pudrición de presión. Ideal para una variedad de aplicaciones, incluyendo cubiertas, conjuntos de juego, áreas verdes, el apoyo de la escalera, pasillos y otros proyectos al aire libre, donde la madera

está expuesta a los elementos. Esta madera se puede pintar o manchada. Cuando se utiliza correctamente, es a la vez seguro y ecológico.

■ DIMENSIONES			
Espesor real del producto (pulg.)	15	Anchura del producto (pulg.)	4
Real anchura del producto (pulg.)	3.5	Profundidad del producto (pulg.)	2
Producto nominal H x W (A).	2x4	Altura del producto (pulg.)	96
Largo nominal del producto (ft.)	8	Largo del producto (ft.)	8 pies
Largo nominal del producto (pulg.)	96	Largo del producto (pulg.)	96
Ancho nominal	4 en	Ancho del producto (pulg.)	4
■ DETALLES			
la retención química (lb./cu. ft.)	0.05	producto químico de tratamiento de presión	MCA - micronizada cobre azoles
Contacto Tipo de compañía	Sobre el suelo	cebado	No
Características	Se puede pintar, tratada a presión, teñible	Stainable / Se puede pintar	Coloreable y se puede pintar
tratada a presión	Sí	área total cubierta (sq. ft.)	5

Tabla 20: Especificaciones del producto según el proveedor.

Fuente: Homedepot.com, 2016

Los tablonos a ser importados tienen las siguientes medidas:

2in. x 4in. x 8 ft.

Que esto en metros seria:

5.8cm X 10.16cm X 2.43m

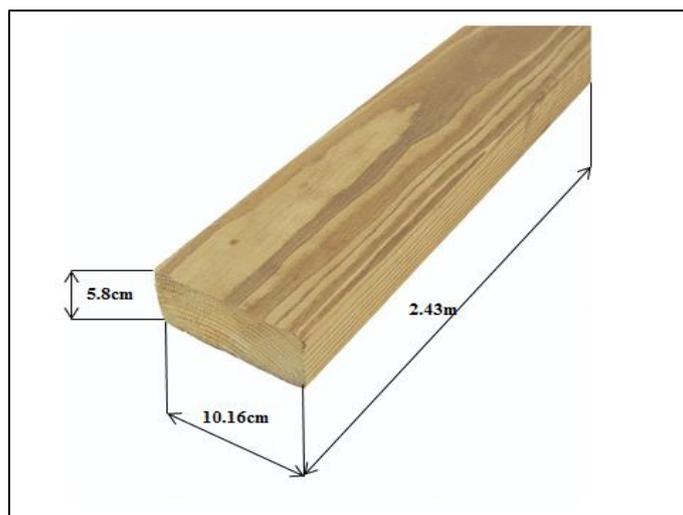


Gráfico 26 Medidas de Tablón de Pino

Fuente: homedepot.com

Elaborado por: AVECILLAS, P.

El proveedor nos dice que esta madera nos da una duración de 15 a 20 años en ambientes externos, pero hay que tener en cuenta que la madera que se va a importar está dirigida al mercado norteamericano donde existen las 4 estaciones climáticas desde calor extremo hasta temperaturas por debajo de los 0 grados centígrados, esto sería una ventaja para nosotros ya que en el Ecuador solo existen 2 estaciones climáticas dándole un mejor desempeño al producto.

3.1.2. PROCESO DE IMPORTACIÓN⁵

Para poder realizar importaciones en el Ecuador primero se debe tener los siguientes requisitos, el instituto de promoción de exportaciones e importaciones PRO ECUADOR nos dice lo siguiente:

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el SRI (Servicio de Rentas Internas)

Se debe definir a que campo se va a dedicar el importador, en el CIU, que es la Clasificación Nacional de Actividades Económicas

⁵ (SENAE, 2016)

Se recurre donde un Agente de Aduana para realizar el trámite para la solicitud de la firma electrónica o token, esta se la puede conseguir en el registro civil o en algunas instituciones privadas.

Registrarse como importador ante la Aduana del Ecuador, ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos. Una vez aprobado su registro, usted podrá acceder a los servicios que le brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).

Dentro del SICE, registre su firma autorizada para la Declaración Andina del Valor (DAV), opción: Administración, Modificación de Datos Generales.

Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; ahora se necesita definir la mercadería, si esta está habilitada para la importación, o si tiene restricciones.

En este caso el producto está habilitado para importar pero tiene restricciones, estas restricciones nos da Agrocalidad que es la Agencia nacional de aseguramiento de la calidad del agro, para poder importar esta madera de pino es necesaria una inspección fitosanitaria.

Gráfico 27: Tipo de Producto a ser importado

Fuente: Agrocalidad.gob.ec

Gráfico 28: Requisito Fitosanitario

Fuente: Agrocalidad.com

La madera que se va a importar está dentro del grupo de madera aserrada kd, y el producto es pino, teniendo el tipo de producto y el país de origen nos dice que se necesita una inspección fitosanitaria en el punto de ingreso.

En que consiste una inspección fitosanitaria:

Requisitos Sanitarios/Fitosanitarios Las importaciones de productos agrícolas y de origen animal (excepto productos industrializados) sólo pueden arribar a puertos y aeropuertos en donde AGROCALIDAD (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la

Calidad del Agro) tenga dispuesto oficiales de cuarentena animal y vegetal, en relación a la Ley de Sanidad Animal y a la Ley de Sanidad Vegetal, e inocuidad alimentaria respectivamente.

3.1.3. PLAN OPERATIVO

Una vez que se conoce el producto, servicios brindados, clientes, la competencia etc. ahora se necesitara resolver como se pondrá en marcha el negocio.

Constituir legalmente la compañía:

Se debe realizar y registrar en la Superintendencia de Compañías, la escritura de constitución de la empresa, en la cual se establece:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio, (tres socios o más)
- Denominación objeto o la razón social de la compañía
- El objeto social, debidamente concretado
- La duración de la compañía
- El domicilio de la compañía
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas; (mínimo USD \$400,00").
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley

Sacar el Ruc (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI.

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente” (SRI, 2015)

Registro de marca

“Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas” (IEPI, 2015)

Obtener Permisos municipales.

Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

Patentes municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
 - Presentar solicitud del permiso del Municipio.
 - Copia de factura de compra de extintores o de recarga a nombre del propietario.

- Inspección por este departamento de las instalaciones y de seguridades contra incendios.
 - El propietario debe cumplir las condiciones dadas por el inspector para poder emitir el permiso de funcionamiento. (Bomberos Cuenca, 2015)
2. RUC actualizado.
 3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
 4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
 5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Bodega

En primer lugar se necesitara un espacio donde tener el producto, en este caso se alquilara una bodega para tener almacenada la madera.

La bodega estará ubicada en la zona sur de la ciudad, en el sector de Narancay, la bodega tendrá el área total de 600 metros cuadrados, los cuales está compuesto de:

Oficina y baño= 15 metros cuadrados

Área cubierta de 525 metros cuadrados ya que tiene 15m de frente, 35m de fondo, además la bodega tendrá 6m de altura.



Gráfico 29: Ubicación Bodega

Fuente: Google maps

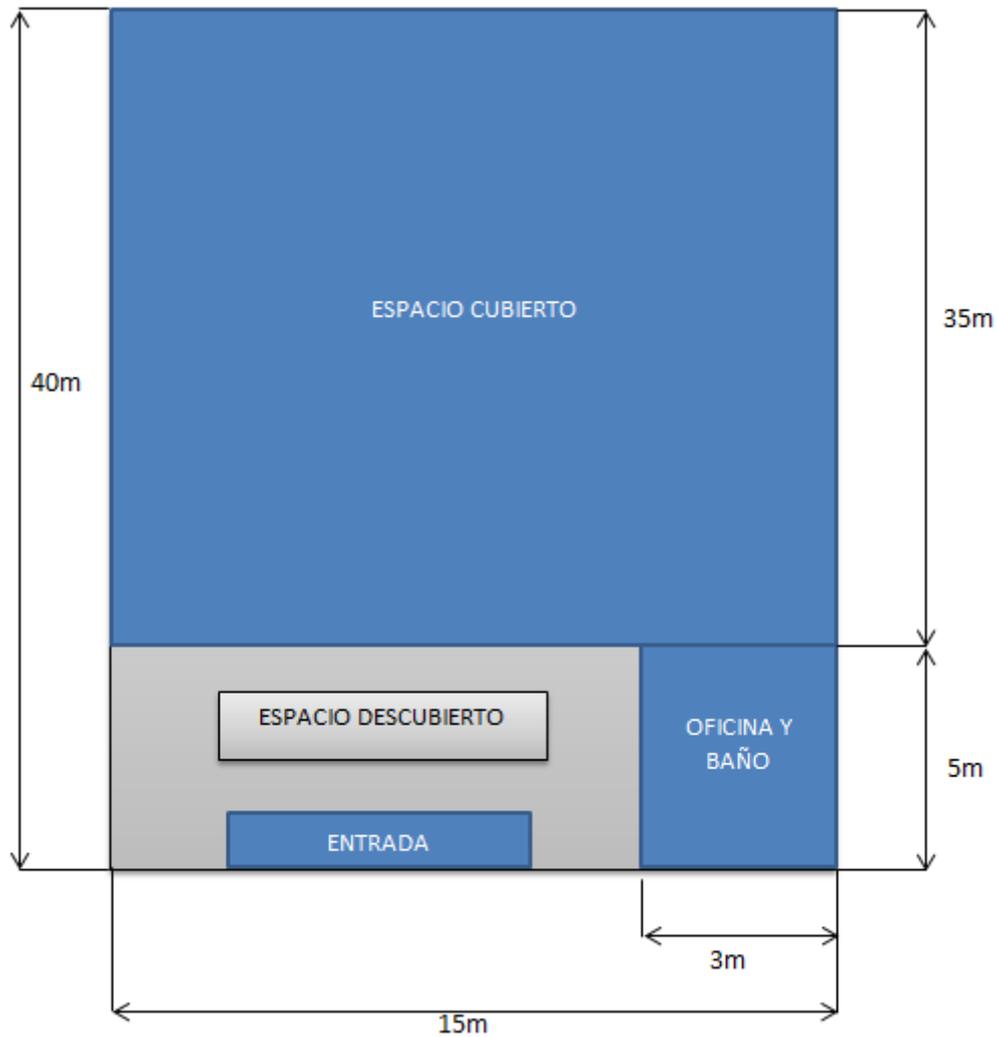


Gráfico 30: Distribución de la bodega.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Recursos humanos

Se contará con una secretaria encargada de realizar todos los trabajos de oficina, facturación, trámites, recepción y archivo de documentos, ejecutar llamadas telefónicas de clientes y diferentes personas de la organización.

Estibadores: estos se contratarán cada vez que llegue la mercadería, para acomodar la madera en la bodega.

Organigrama:

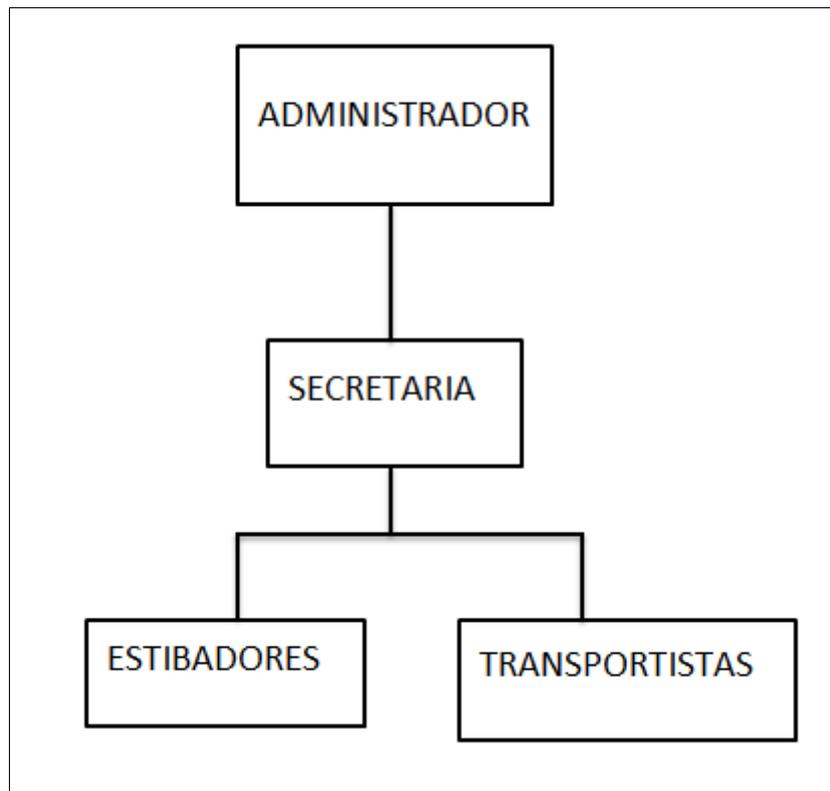


Gráfico 31: Organigrama

Elaborado por: AVECILLAS, P.

ESTRATEGIAS DE MARKETING⁶

Producto:

La estrategia es brindar un producto innovador, un producto diferente en el mercado de la ciudad de Cuenca, brindando así un producto con valor agregado y generando valor al cliente.

Se ofrecerán tabloncillos de madera de pino tratado para hacerlos resistentes en ambientes externos, es el único producto que se tendrá por el momento.

⁶ (Díez de Castro, 2011)

Los tablonos que se importaran son de medida única, la ventaja de estos, es que son de una medida estándar para el uso en la construcción, la cual se pueden pintar, lacar, cortar, unir y así dar varios usos en este campo como por ejemplo:

- Pisos
- Vigas
- Techos
- Pasamanos

Además de ofrecer un producto de buena calidad, para generar valor al cliente se brindara varios servicios como:

Calidad de atención: Tomar al cliente como base fundamental del negocio, brindar un buen trato a las personas y lograr satisfacción al cliente.

Asesoramiento pre-venta: Explicar beneficios y posibles usos de este producto en el campo de la construcción, además información técnica de cómo está tratada este tipo de madera.

Garantías del producto: Se brindará una garantía hasta de 5 años con reemplazo total de la madera

Responsables: Administrador, Secretaria.

Precio

La estrategia que se usara es una estrategia de precios basada en la competencia, lanzando al mercado un producto diferente, de calidad y a un precio más bajo que los del mercado, esto para generar una rápida aceptación de los clientes y por ende ganar mercado en el menor tiempo posible. El precio ya fue analizado en los estudios financieros, y se va a vender el producto a 15 dólares por unidad, este precio es más bajo que el de la competencia generando una ventaja competitiva en el mercado y sobre los precios.

Plaza-Distribución

El producto que se va a importar será comercializado en la ciudad de Cuenca en Ecuador, para hacer llegar el producto al cliente se utilizara una estrategia de distribución selectiva, ya que se comercializara solo a distribuidores de madera, esto por el tipo de producto que se ofrece.

Para hacer llegar el producto a nuestros clientes, cada que exista un pedido se contratara transporte y estibadores para poder cargar y descargar la madera desde la bodega hasta los clientes. Esto debido a que no todo el tiempo va a existir pedidos, entonces no sería conveniente para la empresa contratar estibadores a tiempo completo y tener vehículo propio de la empresa.

Responsables: Administrador, Secretaria, Estibador, Transportista

Flujo grama de entrega del producto:

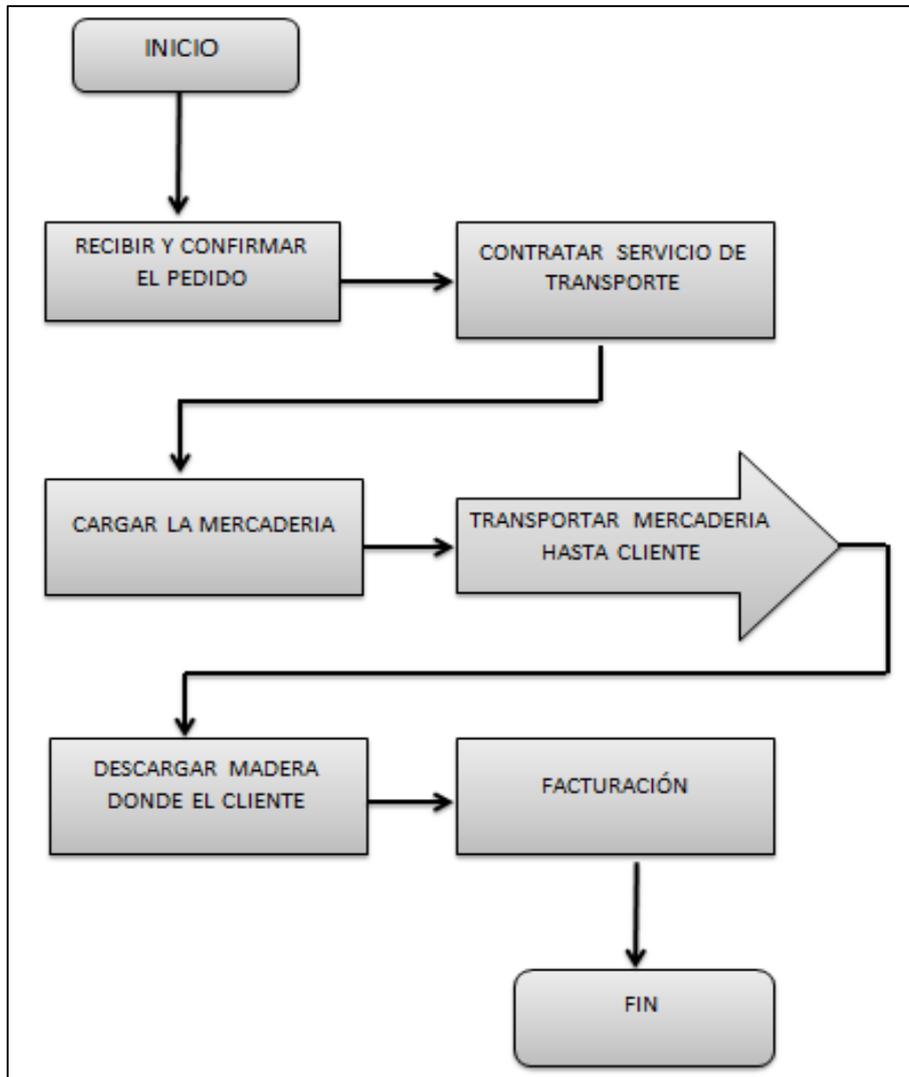


Gráfico 32: Diagrama de flujo de la distribución del producto.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Promoción:

Para poder llegar al mercado con el producto primero se tiene que promocionar, esto para que la gente conozca acerca del producto que se pretende importar.

Para dar a conocer el producto se lo hará mediante visitas a los distribuidores de madera en la ciudad de Cuenca, explicando los beneficios de este producto y dando a conocer la calidad de este, también se utilizara medios como:

Llamadas telefónicas: Con las visitas se obtendrá datos de los clientes y se usara este medio telefónico para promocionar el producto.

Correo electrónico: Con los datos obtenidos del cliente con respecto al correo electrónico se estará enviando periódicamente información del producto

Periódico: Mensualmente se publicara anuncios del producto en los periódicos locales.

Responsables: Secretaria, Administrador.

3.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

3.2.1. COSTOS DE IMPORTACIÓN

Numero de Unidades	4.000,00
Valor mercancia	13.600,00
FOB (Franco a Bordo)	13.880,00
Transporte Internacional	2.700,00
Seguro (1%)	138,80
CIF (Mercaderia, Seguro y Flete)	16.718,80
ADV (10%)	1.388,00
FODINFA (0,05%)	8,36
Salvaguardias 0%	-
IVA (12%)	2.173,82
5% de capital	694,00
Transporte a Cuenca	700,00
Bodegaje Aduana (\$2,30 * 8 Dias)	18,40
Agente Afianzado de Aduana del Ecuador	300,00
Imprevistos	1.671,88
TOTAL	23.673,26
PRECIO UNITARIO	5,92

Tabla 21: Costo de importación.

Elaborado por: Avecillas, P.

3.2.2. INVERSION INICIAL

Para poder dar inicio al negocio, se necesitara adquirir diferentes activos y realizar diferentes gastos como son los de constitución y de adecuación, además se necesitara dinero para el inventario.

Para dar marcha al negocio se trabajara con capital propio, sin necesidad de obtener financiamiento de ninguna institución financiera o de terceras personas.

INVERSIÓN INICIAL	
Estanteria	2.000,00
Muebles	500,00
Equipo informático	700,00
Equipo de Seguridad	1.500,00
Gastos de Constitución	1.000,00
Gastos de Adecuación	300,00
Equipo contra incendios	600,00
Imprevistos	500,00
CAPITAL DE TRABAJO	23.673,26
TOTAL DE INVERSIONES	30.773,26

Tabla 22: Inversión Inicial.

Elaborado por: Avecillas, P.

3.2.3. TOTAL ACTIVOS

ACTIVOS	
Estanteria	2.000,00
Muebles	500,00
Equipo informático	700,00
Equipo de Seguridad	1.500,00
Equipo contra incendios	600,00
TOTAL ACTIVOS	5.300,00

Tabla 23: Activos Fijos.

Elaborado por: Avecillas, P.

3.2.4. CUADRO DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

Las depreciaciones de los estantes y muebles son a 10 años y de los equipos informáticos, de seguridad y contra incendios se deprecian a 3 años.

CUADRO DE DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS								
DESCRIPCION	VALOR	V. Útil	DEP. AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Estanteria	2.000,00	10	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Muebles	500,00	10	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Equipo informático	700,00	3	233,33	233,33	233,33	233,33		
Equipo de Seguridad	1.500,00	3	500,00	500,00	500,00	500,00		
Equipo contra incendios	600,00	3	200,00	200,00	200,00	200,00		
Totales	5.300,00	29,00	1.183,33	1.183,33	1.183,33	1.183,33	250,00	250,00

Tabla 24: Cuadro de Depreciaciones.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

3.2.5. ROL DE PAGOS

En este negocio por el momento solo se contratara a una persona para cumplir el rol de secretaria, además un administrador, que en este caso es el dueño de la empresa.

DESCUENTOS				BENEFICIOS				
CARGO	SUELDO UNIFICADO	IESS 9.45%	LIQUIDO A PAGAR	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES	F. DE RESERVA	AP. PATRONAL 12.15%
ADMINISTRADOR	400,00	37,40	362,60	400,00	364,00	16,67	33,33	48,60
SECRETARIA	400,00	37,40	362,60	400,00	364,00	16,67	33,33	48,60
		-	-	-		-	-	-
TOTAL	800,00	74,80	725,20	800,00	728,00	33,33	66,67	97,20
TOTAL ANUAL		897,60	8.702,40	800,00	728,00	400,00	800,00	1.166,40

Tabla 25: Rol de Pagos.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

3.2.6. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Proyección de ventas:

VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL VENTAS	3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.475,15	6.296,42
PRECIO UNITARIO	15,00	15,45	15,91	16,39	16,88
INGRESOS TOTALES	54.000,00	63.963,00	75.764,17	89.742,66	106.300,18

Tabla 26: Proyección de Ventas.

Elaborado por: Avecillas, P.

3.2.7. FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

FLUJO NETO DE EFECTIVO						
	Año 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
		TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL	TOTAL
INGRESOS						
VENTAS	0	54.000,00	63.963,00	75.764,17	97.221,22	106.300,18
CANTIDAD DE VENTAS PROYECTADAS		3.600,00	4.140,00	4.761,00	5.931,41	6.296,42
VALOR UNITARIO \$		15	15,45	15,91	16,39	16,88
PRESTAMOS	0					
APORTE DE SOCIOS	30773,2585					
TOTAL INGRESOS	30773,2585	54.000,00	63.963,00	75.764,17	97.221,22	106.300,18
EGRESOS						
INVERSIONES						
Estanteria	2.000,00					
Muebles	500,00					
Equipo informático	700,00					
Equipo de Seguridad	1.500,00					
Gastos de Constitución	1.000,00					
Gastos de Adecuación	300,00					
Equipo contra incendios	600,00					
Imprevistos	500,00					
IMPORTACION	23.673,26					

Tabla 27: Flujo de Efectivo.

Elaborado por: Avecillas, P.

GASTOS						
PRODUCTO	0	21.312,00	25.244,06	29.901,59	35.418,44	41.953,14
ARRIENDO	0	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
PUBLICIDAD	0	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
GASTOS DE DISTRIBUCION	0	3.600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83
SERVICIOS BASICOS	0	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS DE ADMINISTRACION	0	8.702,40	8.963,47	9.232,38	9.509,35	9.794,63
APORTE PERSONAL		897,60	897,60	897,60	897,60	897,60
BENEFICIOS SOCIALES	0	3.894,36	3.894,36	3.894,36	3.894,36	3.894,36
GASTOS DE DEPRECIACION		1.183,33	1.183,33	1.183,33	250,00	250,00
PARTICIPACIÓN 15% TRABAJADORES		2.159,05	3.021,83	3.600,74	6.396,88	6.732,77
22 % IMPUESTO A LA RENTA		2.691,61	3.767,21	4.488,92	7.974,77	8.393,52
TOTAL EGRESOS	30773,2585	49.240,35	55.497,86	61.854,71	73.130,85	80.843,16
SALDO INGRESOS /EGRESOS	0	4.759,65	8.465,14	13.909,46	24.090,37	25.457,02
SALDO ANTERIOR	0	9.610,31	22.835,09	45.209,69	75.730,97	125.278,37
SALDO FINAL	0	14.369,96	31.300,23	59.119,16	99.821,35	150.735,40

Tabla 28: Flujo de Efectivo:

Elaborado por: AVECILLAS, P.

3.2.8. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS:	54.000,00	63.963,00	75.764,17	97.221,22	106.300,18
COSTO DE VENTAS	21.312,00	25.244,06	29.901,59	35.418,44	41.953,14
UTILIDAD BRUTA	32.688,00	38.718,94	45.862,58	61.802,78	64.347,05
GASTOS DE PUBLICIDAD	600,00	618,00	636,54	655,64	675,31
ARRIENDO	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
GASTOS DE DISTRIBUCION	3.600,00	3.708,00	3.819,24	3.933,82	4.051,83
SERVICIOS BASICOS	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	8.702,40	8.963,47	9.232,38	9.509,35	9.794,63
BENEFICIOS SOCIALES	3.894,36	3.894,36	3.894,36	3.894,36	3.894,36
APORTE PERSONAL	897,60	897,60	897,60	897,60	897,60
GASTOS DE DEPRECIACION					
UTILIDAD OPERACIONAL	14.393,64	20.145,50	24.004,94	42.645,84	44.885,15
15% Trabajadores	2.159,05	3.021,83	3.600,74	6.396,88	6.732,77
UTILIDAD ANTES DE IMP.	12234,594	17123,6784	20404,202	36248,9617	38.152,38
22% Impuesto Renta	2.691,61	3.767,21	4.488,92	7.974,77	8.393,52
UTILIDAD NETA:	9.542,98	13.356,47	15.915,28	28.274,19	29.758,86

Tabla 29: Estado de Pérdidas y Ganancias.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

3.2.9. BALANCE GENERAL PROYECTADO

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE	30.854,98	38.600,53	45.816,87	63.692,63	71.712,00	
Caja . Bancos	9.542,98	13.356,47	15.915,28	28.274,19	29.758,86	
Clientes						
inventario	21.312,00	25.244,06	29.901,59	35.418,44	41.953,14	
ACTIVO FIJO	4.116,67	2.933,33	1.750,00	1.500,00	1.250,00	
Activos Fijos	5.300,00	4.116,67	2.933,33	1.750,00	1.500,00	
Depreciación	-1.183,33	-1.183,33	-1.183,33	-250,00	-250,00	
TOTAL ACTIVO	34.971,65	41.533,87	47.566,87	65.192,63	72.962,00	
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE	9.642,62	11.580,99	12.881,63	18.266,01	19.020,66	
Beneficios sociales	3.894,36	3.894,36	3.894,36	3.894,36	3.894,36	
15% Particip. Trabajadores	2.159,05	3.021,83	3.600,74	6.396,88	6.732,77	
Cuentas por pagar	2.691,61	3.767,21	4.488,92	7.974,77	8.393,52	
Aporte personal por pagar	897,60	897,60	897,60	897,60	897,60	
TOTAL PASIVO	9.642,62	11.580,99	12.881,63	18.266,01	19.020,66	
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	15.786,05	16.596,40	18.769,97	18.652,43	24.182,48	
Aportes Socios	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	7.100,00	
Capital Suscrito	8.686,05	9.496,40	11.669,97	11.552,43	17.082,48	
Util. Acumulada Años Anteriores						
Utilidad del Ejercicio	9.542,98	13.356,47	15.915,28	28.274,19	29.758,86	
TOTAL PATRIMONIO	25.329,03	29.952,87	34.685,25	46.926,62	53.941,34	
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	34.971,65	41.533,86	47.566,87	65.192,63	72.961,99	

Tabla 30: Balance General.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

3.3. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Los indicadores que se usan en la evaluación están calculados en base a la información presentada en los estados financieros proyectados.

3.3.1. CALCULOS DEL VAN Y TIR

Para el cálculo de VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno) los datos fueron obtenidos del estado de flujo de efectivo.

INVERSION INICIAL	30.773,26
VAN	198.058,84
TASA	12%
TIR	106%

Tabla 31: Calculo VAN y TIR.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

3.3.2. PAYBACK (Tiempo de recuperación)

Payback (Recuperación de la Inversión)	(Menor al plazo)		
Año de Recuperación de la Inversión	Año	2	
Diferencia con Inversión Inicial	\$30.773	\$14.369	\$16.404
Flujo Mensual Promedio Año Siguiete	\$16.471	12	\$1.373
Número de Meses	\$16.404	\$1.373	11,95
PAYBACK	1	Año (s)	12
			Mes(es)

Tabla 32: Cálculo de PayBack.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

El tiempo de recuperación de la inversión se da al inicio del segundo año, esto aceptable ya que el proyecto es para 5 años y la inversión se recupera a menos de la mitad de la duración del proyecto.

3.3.3. RATIOS FINANCIEROS

RATIOS FINANCIEROS				
LIQUIDEZ CORRIENTE	=	$\frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	=	$\frac{30.854,98}{9.642,62} = 3,20$
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	=	$\frac{\text{TOTAL PASIVO}}{\text{TOTAL ACTIVO}}$	=	$\frac{9.642,62}{34.971,65} = 28\%$
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS	=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{TOTAL ACTIVOS}}$	=	$\frac{9.542,98}{34.971,65} = 27\%$
MARGEN DE UTILIDAD NETA	=	$\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}}$	=	$\frac{29.758,86}{106.300,18} = 28\%$

Tabla 33: Ratios Financieros.

Elaborado por: AVECILLAS, P.

Liquidez Corriente: 3.20 este dato nos refleja el grado que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes, este resultado muestra que la empresa tiene facilidad para cubrir las obligaciones financieras que tiene.

Índice de Endeudamiento: 28%, debido a que el aporte del capital es propio, lo que tendría de deuda son los impuestos por pagar y cuentas por pagar que se tiene es con los trabajadores, que incluyen todos beneficios sociales.

Rendimiento sobre Activos: Para este cálculo se toma la utilidad neta del año 5 y dividimos para el total de Activos dando como resultado 27%, es un valor que refleja un buen aprovechamiento de los activos.

Margen de Utilidad Neta: Representando un 28%, este es un valor más alto que la tasa de descuento fijada que es del 12%. Para este cálculo se tomaron datos del año 5

3.3.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO		
VENTAS	4.500,00	1.858,81
COSTOS VARIABLES	1.776,00	
COSTOS FIJOS	1.125,20	

Tabla 34: Punto de Equilibrio.

Elaborado por: Avecillas, P.

Para el cálculo del punto de equilibrio se usa la siguiente formula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = (\text{Costos Fijos}) / (1 - (\text{Costos variables}) / \text{Ventas})$$

Entonces

$$\text{Punto de equilibrio} = (1125,20) / (1 - (1776,00) / 4500,00) = 1858.81$$

Quiere decir que debemos generar ventas de \$1858.81 mensualmente, que esto representa que debemos vender 124 unidades para no tener perdida, pero tampoco se genera utilidad.

3.3.5. ANÁLISIS DE ESCENARIOS

Se analizaran 2 escenarios uno pesimista y un optimista, para el pesimista se supondrá que los aranceles para importación suben, el AD y para el escenario optimista se subirá un 10% en las ventas.

PESIMISTA

En este escenario se supondrá que el impuesto AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) sube del 10% al 15% y además que se aplicara una salvaguardia al producto del 15%. Dando como resultado que el costo por unidad sube de \$5.92 a \$6.62.

OPTIMISTA

Para el análisis de este escenario se proyectara que las ventas suben un 10% es decir que el primer año las ventas subirán de 3600 unidades a 3960 unidades.

	PESIMISTA	OPTIMISTA
INVERSION INICIAL	33.582,02	30.773,26
VAN	150.019,95	274.189,46
TASA	12%	12%
TIR	83%	134%
PAYBACK	2 Años, 11 meses	1 Año, 11 meses
PROYECTO	ACEPTABLE	ACEPTABLE

Tabla 35: Análisis de escenarios.

Elaborado por: Avecillas, P.

CONCLUSIÓN

En este capítulo, se tiene las especificaciones del producto según el proveedor dando una idea más clara de la calidad de esta madera y de cómo está tratada para ser resistente en ambientes externos.

Para dar inicio al negocio se necesitara un total de inversión de \$30773.26, todo este dinero será aporte del dueño, teniendo en cuenta que los activos representan solo un 17% de la inversión, y el resto es inversión en inventario.

De acuerdo a los estados financieros proyectados se puede observar que la utilidad neta representa entre el 18% y 28% de las ventas a lo largo de los 5 años de evaluación del proyecto.

El proyecto genera un Valor Actual Neto de \$198058.84, una Tasa Interna de Retorno de 106% y un tiempo de recuperación de la inversión (PayBack) de 2 años, el punto de equilibrio está en \$1858.81 que representa el 41% de las ventas proyectadas, de acuerdo con los indicadores el proyecto es factible económicamente.

CONCLUSIONES

- En base al estudio de mercado se evidencia que el producto será aceptado por los distribuidores de madera en la ciudad de Cuenca, esto debido a que en las encuestas realizadas los resultados nos muestran que los distribuidores conocen de este producto, sus características únicas y que si estarían dispuestos a adquirirlo para la venta y comercialización.
- Con el cálculo de los costos de importación se pudo constatar que se puede tener un precio competitivo, actualmente el precio de un producto producido en el Ecuador de similares características y con medidas iguales es aproximadamente de 28 dólares en comparación del producto que se importara que el precio es de 15 dólares. Se muestra una gran ventaja de tener un producto de buena calidad a un menor precio que el de la competencia.
- En base a los resultados de los estudios financieros, se logró determinar que el negocio es factible, según los escenarios analizados, nos muestra que en cualquiera de esos escenarios se recupera la inversión inicial del proyecto, en el peor de los escenarios, la inversión ser recupera en un máximo de 3 años, demostrando así la rentabilidad del proyecto.
- Dependiendo de la demanda de este producto, se aumentara portafolio o cartera de productos, ya no solo importando de medida única sino se podrá importar tablones de pino de diferentes medidas, tablones de diferentes tipos de madera y diferentes productos relacionados como por ejemplo planchas, tiras etc.
- Después de poner en marcha el negocio, se abrirá una distribuidora de este tipo de productos, más no solo ser importadores. Con la ventaja de obtener un producto a un buen costo y ya ser reconocidos en el mercado local.

- Con el paso del tiempo se deberá aumentar el volumen de ventas del producto, por ende conseguiremos más clientes, aumentando la rotación del inventario y se puede adquirir un vehículo propio y contratar estibadores a tiempo completo para realizar las actividades de la empresa.
- Habiendo abarcado el mercado local, se procederá a buscar nuevos mercados, primero en la zona sur del país, en ciudades cercanas a Cuenca y luego poder competir en el mercado nacional.

RECOMENDACIONES

- Buscar nuevos mercados para adquirir el producto, se buscara mercados más cercanos en Latinoamérica que ofrezcan productos con similares características, como Brasil, Colombia, Chile, Perú, pero siempre teniendo en cuenta la calidad del producto.
- Buscar otros tipos de clientes o compradores, como por ejemplo ferreterías, almacenes que venden materiales o artículos para construcción, se puede también comercializar a las diferentes empresas constructoras de la ciudad, mas no solo vender a las empresas distribuidoras de madera en la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Benassinni, M. (2009), *Introducción a la Investigación de Mercados: enfoque América Latina*. México, D.F: Pearson Educación.

Díez de Castro, E. (2011), *Distribución Comercial*. España, Madrid: Universidad de Sevilla

Naresh, M. (2008), *Investigación de Mercados*. México, D.F: Pearson Educación.

Recursos de internet

Agrocalidad. (2016). *Datos públicos de consulta*. Recuperado de: <https://guia.agrocalidad.gob.ec/agrodb/aplicaciones/publico/productos1/consultaRequisitoComercio.php>

BCE. (2015). *Información Económica*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/788>

Botanical-online. (2016). *Características del Pino*. Recuperado de: <http://www.botanical-online.com/pino.htm>

Homedepot. (2016). *Productos y servicios*. Recuperado de: <http://www.homedepot.com/p/WeatherShield-2-in-x-4-in-x-8-ft-2-Prime-Prime-Pressure-Treated-Lumber-2211253/100010393>

INEC. (2010). *Fascículo Provincial del Azuay*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manual/Resultados-provinciales/azuay.pdf>

Ministerio del ambiente. (2015). *TULAS*. Recuperado de <http://www.ambiente.gob.ec/>

Ministerio de comercio exterior. (2016). *Salvaguardia por balanza de pagos*. Recuperado de: <http://www.comercioexterior.gob.ec/boletin-de-prensa-salvaguardia-por-balanza-de-pagos/>

PROECUADOR. (2016). *Exportaciones sector madera*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/madera/>

Proecuador. (2013). *Guia Comercial*. Recuperado de: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (2016). *Para Importar*. Recuperado de: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

Doctora Jenny Ríos Coello, Secretaria de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Azuay,

CERTIFICA:

Que, el Consejo de Facultad en sesión del 05 de noviembre de 2015, conoció la petición del (los) estudiante(s) **Paul Santiago Vecillas Sánchez** con código(s) **60642.**, registrado(s) en la Unidad de Titulación Especial, quien(es) denuncia(n) su trabajo de titulación denominado: **"PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACION DE MADERA PARA AMBIENTES EXTERNOS"** en la modalidad: Modelo de negocio y presentado como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial. -El Consejo de Facultad acoge el informe de la Junta Académica y aprueba la denuncia. Designa como Director(a) a Ing. María Esthela Saquicela y como miembro del Tribunal Examinador a Ing. Benjamín Herrera Mora. De conformidad con el cronograma de la Unidad de Titulación el (los) petionario(s) debe presentar su trabajo de titulación hasta el 11 de marzo de 2016.

Cuenca, 09 de noviembre de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
**Secretaria de la Facultad de
Ciencias de la Administración**



Cuenca, 04 de noviembre de 2015

Oficio: EA-740-2015-UDA

Ingeniero

XAVIER ORTEGA

**Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.**

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por AVECILLAS SANCHEZ PAUL SANTIAGO, tema: "Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos", informa que, informa que, este trabajo cuenta con la aceptación del Tribunal designado.

La Junta Académica considera que la documentación cumple con las normas legales y reglamentarias de la Universidad, por lo tanto pone en conocimiento del Consejo de Facultad y sugiere su aprobación

Atentamente,



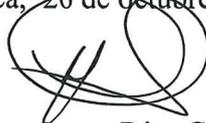
ING. MARIA JOSE GONZALEZ

Presidente de la Junta de Administración

CONVOCATORIA

Por disposición de la Junta Académica de Administración de Empresas, se convoca a los Miembros del Tribunal Examinador, a la sustentación del Protocolo del Trabajo de Titulación: ***“Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos”***, presentado por el estudiante **Avecillas Sánchez Paul Santiago**, con código **60642**, previa a la obtención del grado de Ingeniero Comercial, para el día **MARTES, 27 DE OCTUBRE DE 2015, A LAS 20H00.**

Cuenca, 26 de octubre de 2015



Dra. Jenny Ríos Coello
Secretaria de la Facultad

Ing. María Esthela Saquicela



Ing. Benjamín Herrera





ACTA

SUSTENTACIÓN DE PROTOCOLO/DENUNCIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 **Nombre del estudiante:** Paul Santiago Vecillas Sánchez
Código: 60642
- 1.2 **Director sugerido:** Ing. María Esthela Saquicela Aguilar
- 1.3 **Codirector (opcional):** _____
- 1.4 **Tribunal:** Ing. Benjamín Herrera Mora
- 1.5 **Título propuesto: (Modelo de Negocio)** "Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos"
- 1.6 **Resolución:**

1.6.1 Aceptado sin modificaciones ✓

1.6.2 Aceptado con las siguientes modificaciones:

1.6.3 Responsable de dar seguimiento a las modificaciones:

1.6.4 No aceptado

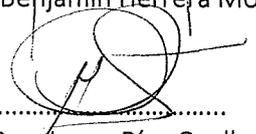
- Justificación:



 Ing. María Esthela Saquicela

Tribunal 

 Ing. Benjamín Herrera Mora



 Dra. Jenny Ríos Coello
 Secretaria de Facultad

.....
Sr. Paul Vecilla Sánchez

Fecha de sustentación: Martes, 27 de octubre de 2015.



RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN DEL PROTOCOLO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

- 1.1 Nombre del estudiante: Paul Santiago Avecillas Sánchez
Código 60642
- 1.2 Director sugerido: Ing. María Esthela Saquicela Aguilar
- 1.3 Codirector (opcional):
- 1.4 Título propuesto: (Modelo de negocio) "Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos".
- 1.5 Revisores (tribunal): Ing. Benjamín Herrera Mora
- 1.6 Recomendaciones generales de la revisión:

	Cumple totalmente	Cumple parcialmente	No cumple	Observaciones (*)
Línea de investigación				
1. ¿El contenido se enmarca en la línea de investigación seleccionada?	/			
Título Propuesto				
2. ¿Es informativo?	/			
3. ¿Es conciso?				
Estado del arte				
4. ¿Identifica claramente el contexto histórico, científico, global y regional del tema del trabajo?	/			
5. ¿Describe la teoría en la que se enmarca el trabajo	/			
6. ¿Describe los trabajos relacionados más relevantes?	/			
7. ¿Utiliza citas bibliográficas?	/			
Problemática y/o pregunta de investigación				
8. ¿Presenta una descripción precisa y clara?	/			
9. ¿Tiene relevancia profesional y social?	/			
Hipótesis (opcional)				
10. ¿Se expresa de forma clara?				NO APLICA
11. ¿Es factible de verificación?				
Objetivo general				
12. ¿Concuerda con el problema formulado?	/			
13. ¿Se encuentra redactado en tiempo verbal infinitivo?	/			



Objetivos específicos				
14. ¿Concuerdan con el objetivo general?	✓			
15. ¿Son comprobables cualitativa o cuantitativamente?	✓			
Metodología				
16. ¿Se encuentran disponibles los datos y materiales mencionados?	✓			
17. ¿Las actividades se presentan siguiendo una secuencia lógica?	✓			
18. ¿Las actividades permitirán la consecución de los objetivos específicos planteados?	✓			
19. ¿Los datos, materiales y actividades mencionadas son adecuados para resolver el problema formulado?	✓			
Resultados esperados				
20. ¿Son relevantes para resolver o contribuir con el problema formulado?	✓			
21. ¿Concuerdan con los objetivos específicos?	✓			
22. ¿Se detalla la forma de presentación de los resultados?	✓			
23. ¿Los resultados esperados son consecuencia, en todos los casos, de las actividades mencionadas?	✓			
Supuestos y riesgos				
24. ¿Se mencionan los supuestos y riesgos más relevantes?				sin definir por requerimiento del asesor metodológico
25. ¿Es conveniente llevar a cabo el trabajo dado los supuestos y riesgos mencionados?				
Presupuesto				
26. ¿El presupuesto es razonable?	✓			
27. ¿Se consideran los rubros más relevantes?	✓			
Cronograma				
28. ¿Los plazos para las actividades son realistas?	✓			
Referencias				
29. ¿Se siguen las recomendaciones de normas internacionales para citar?	✓			
Expresión escrita				
30. ¿La redacción es clara y fácilmente comprensible?	✓			
31. ¿El texto se encuentra libre de faltas ortográficas?	✓			



1. Protocolo/Rúbrica

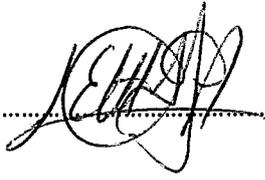
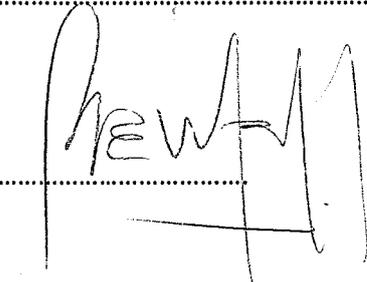
(*) Breve justificación, explicación o recomendación.

- Opcional cuando cumple totalmente,
- Obligatorio cuando cumple parcialmente y NO cumple.

.....

.....

.....

Cuenca, 22 de octubre de 2015
Oficio: EA-719-2015-UDA

Ingeniero
XAVIER ORTEGA
Decano de la Facultad de Ciencias de la Administración
Ciudad.

De nuestra consideración:

La Junta Académica de la Escuela de Administración, en relación a la Denuncia/Protocolo de Trabajo de Titulación, presentado por AVECILLAS SANCHEZ PAUL SANTIAGO, tema: "Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos", informa que, este trabajo cumple con la metodología propuesta en la Guía de la Unidad de Titulación Especial de la carrera de Administración de Empresas.

Tutor sugerido: María Esthela Saquicela

Tribunal sugerido: Benjamín Herrera

Atentamente,



ING. MARIA JOSE GONZALEZ
Presidente de la Junta de Administración



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

Cuenca, 4 de noviembre del 2015

Señor Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Presente.

De mi consideración:

Yo Paúl Santiago AVECILLAS SÁNCHEZ con código 60642, solicito a usted que se me conceda la aprobación del tema de tesis "Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos"; previo a la obtención del título de Ingeniero Comercial.

Por la atención que preste a la solicitud, le doy mi más sincero agradecimiento.

Atentamente

Paúl AVECILLAS

60642

C.I: 0105051452

Cuenca, 04 de noviembre de 2015

Ingeniero

Xavier Ortega Vásquez

DECANO FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

Su despacho.-

De mi consideración:

Por medio del presente tengo a bien comunicar a usted, que he procedido a revisar el protocolo de tesis del señor Paúl Santiago AVECILLAS SÁNCHEZ para la obtención del título de Ingeniero Comercial cuyo tema es **“Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos”**, el cual cumple con los requisitos académicos y metodológicos que exige la carrera, por lo cual me permito sugerir la aprobación final de dicho protocolo.

Atentamente,



Ing. María Esthela Saquicela

TUTORA UTE



Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

Protocolo de trabajo de titulación

Título:

Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos.

Nombre del estudiante:

Paúl AVECILLAS

Director sugerido:

Ing. Saquicela Aguilar María Esthela

Cuenca – Ecuador

2015



UNIVERSIDAD DEL

1.1 Nombre del estudiante: Avecillas Sánchez Pallas Santiago

1.1.1 Código: 60642

1.1.2 Contacto:

Convencional: 072855227

Celular: 0992645442

Correo: p.oul@hotmail.com

1.2 Director sugerido: Saquicela Aguilar María Esthela, Ingeniera Comercial

1.2.1 Contacto:

Celular: 0999177905

Correo: esaquicela@uazuay.edu.ec

1.3 Co-director sugerido:

1.3.1 Contacto:

1.4 Asesor metodológico:

1.5 Tribunal designado:

1.6 Aprobación:

1.7 Línea de Investigación de la carrera: Emprendimiento, Formulación y Gestión de proyectos

1.7.1 Código UNESCO: 5311.97

1.7.2 Tipo de trabajo:

A: Plan de negocio

B: Investigación formativa

1.8 Área de estudio: Economía Internacional

1.9 Título propuesto: Plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos.



2 CONTENIDO

2.1 Motivación de la investigación:

Conocer la factibilidad para emprender un negocio en el que se importará y comercializará madera, la misma que tiene características que la hacen única y duradera para su uso en ambientes externos; y a su vez resisten a elementos climáticos como los rayos del sol; la lluvia; la humedad y agentes biológicos tales como hongos o insectos. Además se presentaría un producto innovador en el mercado local para satisfacer diferentes necesidades en el ámbito de la construcción.

2.2 Problemática:

El sector de la construcción en el país ha crecido en estos últimos años, siendo cada vez más necesario el uso de materiales complementarios que aseguren su perdurabilidad en el tiempo, La madera para uso exterior es uno de estos materiales que garantizan buena calidad ya que su preparación esta adecuada para resistir la estación climática en la que se encuentre, esta permite el ahorro de tiempo y recursos para su preparación; es decir, para la madera convencional se requiere de tiempo para: secar, curar, cortar y tinturar; en cambio la madera de uso exterior está lista para ser utilizada, en el Azuay no hay la suficiente oferta de este producto y los productos de similares características son a un costo muy elevado.

2.3 Pregunta de investigación:

¿Es factible la importación y comercialización de madera para ambientes externos?

2.4 Resumen:

A través de la realización del plan de negocio se conocerá la factibilidad de importar y comercializar madera para ambientes externos, es importante evaluar las características del producto y conocer el segmento de mercado al que se dirigirá, para lo cual se realizarán investigaciones primarias y secundarias. La calidad de este producto lo convierte en un factor diferenciador en el mercado actual, por lo cual a través de este trabajo se aplicarán los conocimientos en comercio exterior y otras ramas con la finalidad de determinar la factibilidad de importar y comercializar este producto en nuestra ciudad.

2.5 Estado del Arte y marco teórico:

Las personas buscan iniciar, emprender en un negocio para poder conseguir mayores ingresos económicos, para tener una mejor calidad de vida y conseguir otros objetivos personales, así empiezan a surgir muy buenas ideas de negocios pero muchas de las veces no tienen los suficientes conocimientos tanto técnicos como legales para poner en práctica esa idea. Es por ello que se plantea un plan de negocios, ya que por medio de su elaboración se podrá conocer la factibilidad de poner en práctica esa idea.

El plan de negocios es una herramienta para alcanzar nuestros objetivos de una manera más eficiente, mediante una adecuada planificación de la operación de cada una de las áreas de la empresa de una manera integral (Viniegra, 2007)

Para llevar a cabo un plan de negocios se debe tomar en cuenta varios aspectos, desde el reconocimiento de la responsabilidad no económica ante la sociedad, los valores personales de los administradores, los recursos de la empresa y la identificación de las oportunidades y los riesgos; para el plan de negocios se debe tener en cuenta los elementos del entorno; las oportunidades y los riesgos, las capacidades de la organización, los recursos corporativos y las competencias, de manera que se logre identificar la mejor coincidencia entre las oportunidades y los recursos (Vargas, 2002), entonces el plan de negocios nos va a dar una idea clara del negocio ante varios aspectos sociales, económicos, políticos entre otros, los cuales nos muestran una perspectiva clara de la factibilidad o viabilidad de emprender el negocio.

Entendiendo de otra forma un plan de negocio sería un instrumento de gestión para la persona que decide poner en funcionamiento su idea indicando la manera que lo va a hacer, teniendo en cuenta los recursos que se tiene y los que se necesitarán.

Estructura de un plan de negocio

Según ProInversión (2007), en su guía para el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresas, la estructura para el desarrollo de un plan de negocios tiene la siguiente forma:

1. Resumen ejecutivo: resumen y conclusiones.
2. Descripción y visión del negocio: son todas las ideas que permitan entender el negocio, aquí se especifican sus productos o servicios que se ofrecerá.



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

3. Análisis del mercado: Es la descripción del entorno en la que el negocio funcionara, dándonos a conocer su entorno hablando de clientes, competencia etc.

4. Planeamiento estratégico: Esto nos sirve para saber dónde estamos como empresa y a donde se quiere llegar, dando a conocer las formas de cómo se van a realizar cada una de las actividades, teniendo en cuenta sobretodo nuestras fortalezas y debilidades.

5. Estrategia de comercialización y ventas: Es la estrategia que se va a seguir para poder comercializar los productos o servicios que la empresa oferte.

6. Análisis del proceso productivo: Nos indica cómo se tiene que organizar para producir, hablando de insumos, maquinaria, materiales, mano de obra, tiempos de producción etc.

7. Análisis económico financiero: Este es un análisis de cuanto de ingresos y gastos la empresa espera tener.

Teniendo en cuenta la estructura del plan de negocios, la persona interesada en poner en práctica su idea sabrá a que segmento de mercado dirigirse, se formulará un plan para conseguir los objetivos que se planteen, como va a comercializar su producto y un aspecto muy importante tendrá una idea clara de sus ingresos y sus gastos. Con lo que se podrá tomar una decisión con el menor riesgo posible acerca de la conveniencia de emprender en un negocio.

Importación, "es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado" (Aduanas del Ecuador, 2015)

Teniendo muy claro el concepto de importación sabremos que va a ingresar Mercancías al Ecuador, para poder ingresar dichas mercancías se tendrá que cumplir las formalidades y obligaciones que nos dicta las aduanas del Ecuador, y otras instituciones públicas que regulan el ingreso de las mercancías al país.

2.6 Hipótesis:

2.7 Objetivo general:

Elaborar un plan de negocios para la importación de madera para ambientes externos.

2.8 Objetivos específicos:

Realizar un diagnóstico situacional de las condiciones políticas y legales para la importación de madera.

Analizar el mercado local de madera para ambientes externos para la aceptación del producto.

Realizar un estudio de factibilidad para el negocio.

2.9 Metodología:

En el desarrollo del plan de negocios se realizarán investigación documental, a través de la cual se revisará información emitida por el gobierno en leyes, reglamentos, estatutos, entre otros, acerca de la situación política y legal del país con respecto a la importación de madera, para obtener dicha información también se visitará instituciones públicas.

Con respecto al producto, se analizará mediante información de fuentes secundarias, además se levantarán datos primarios por medio de entrevistas y encuestas a distribuidores de madera para conocer la aceptación y necesidades del mercado objetivo y realizar las proyecciones financieras.

2.10 Alcances y resultados esperados:

Demostrar la factibilidad de comercializar madera importada en la ciudad de Cuenca.

Brindar información necesaria para que las personas conozcan acerca de importación de madera y su proceso.

Conocer los canales óptimos para la distribución del producto y las estrategias de mercado aplicables al negocio.

2.11 Supuestos y riesgos:

Ninguno



UNIVERSIDAD DEL
AZUAY

2.12 Presupuesto:

Presupuesto		
Materiales	Costo USD	Justificación
Servicio de internet	\$ 80	Recolección de información, investigación
Computadora	\$ 400	Elaboración del proyecto
Impresiones varias	\$ 50	Presentación del proyecto, avances etc.
Transporte(gasolina)	\$ 70	Transportarse a lugares donde pueda sacar información para el proyecto
Memoria externa	\$ 30	Tener respaldo de información
Útiles de oficina	\$ 10	Instrumentos que se utilizaran para la realización de la tesis
Total	\$ 640	

2.13 Financiamiento

Autofinanciamiento

2.14 Esquema tentativo

Introducción

Capítulo I. Análisis del Entorno

1.1 Ámbito Político

1.2 Ámbito Económico

1.3 Ámbito Social

1.4 Ámbito Legal

1.5 Ámbito Ambiental

Capítulo II Análisis de Mercado.

Introducción

2.1 Análisis Interno y externo

2.1.1. Cinco Fuerzas de Porter

2.1.2 Análisis FODA

2.2 Estudio de Mercado

2.2.1 Metodologías

Capítulo III Análisis de factibilidad

Introducción

3.1 Evaluación técnico

3.1.1 El Producto

3.2 Evaluación financiera

3.2.1 Estudios financieros proyectados

Conclusiones

Bibliografía

Anexos



2.15 Cronograma

Objetivo específico	Actividades	Resultado esperado	Tiempo (semanas)
1) Realizar un diagnóstico situacional de las condiciones políticas y legales del Ecuador para la importación de madera.	1.1) Recolectar de información de instituciones públicas.	Tener un panorama claro del aspecto político y legal del Ecuador para tener conocimiento de los requerimientos necesarios para realizar la importación de madera para exteriores.	6
	1.2) Obtener información de empresas dedicadas a la importación.		
	1.3) Selección de documentos adecuados para la importación de madera de agentes de aduana.		
2) Analizar el mercado local de madera para ambientes externos para la aceptación del producto.	2.1) Recolectar y procesar de la información obtenida en el mercado	Tener la información necesaria para saber si el producto será aceptado.	6
3) Realizar un estudio de factibilidad del negocio.	3.1) Analizar información del estudio de mercado	Obtener información real para determinar si el negocio será rentable.	8
	3.2) Realizar estudio financiero.		
	3.3) Formular la estrategia de comercialización.		

2.16 Referencias

Ecuador, A. d. (Diciembre de 2012). *Servicio nacional de aduana del Ecuador*. Recuperado el 20 de Octubre de 2015, de servicio nacional de aduana del Ecuador:
http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

Proinversión. (2007). MYPE queña empresa crece guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa. En Proinversión, *MYPE queña empresa crece guía para el desarrollo de la micro y pequeña empresa*. (págs. 69-70). Lima, Peru: Proinversión.

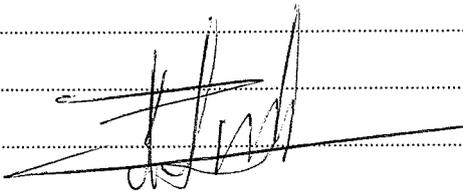
Vargas, A. (2002). Modelo para la elaboración de un plan de negocios para las empresas. *Estudios Gerenciales*, 93-108.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Mexico.

2.17 Anexos

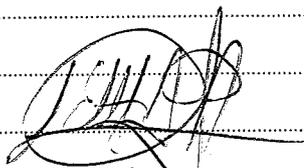
N/A

2.18 Firmas de responsabilidad



Avecillas Sánchez Paúl Santiago

2.19 Firma de responsabilidad



Ing. Saquicela Aguilar María Esthela

2.20 Fecha de entrega